

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

Reactivar la vida nocturna en Guayaquil: propuestas para centros de esparcimiento en
contexto de inseguridad.

ADMI-1296

Proyecto Integrador

Previo a la obtención del Título de:

Licenciatura en Turismo

Presentado por:

Kathya Michelle Campos Cianca

Eloísa Del Cisne Burgos Intriago

Guayaquil – Ecuador

Año: 2025

Dedicatoria

A mis padres y a mis abuelos, por todos los años de esfuerzo, sacrificio y amor que me han permitido llegar hasta aquí.

Gracias por confiar en mí, por impulsarme a crecer y por enseñarme que con constancia y dedicación los sueños pueden alcanzarse. Este logro no sería posible sin ustedes.

Kathya Campos

Con profundo amor y gratitud a mis abuelitas Alejandrina y Laura, quienes, aunque hoy no se encuentran físicamente conmigo, siguen presentes en mi corazón y en cada paso que doy. Su amor y sus enseñanzas han sido una guía y fuente constante en mi vida para no rendirme.

A mis padres Eloy e Isabel, por su apoyo y amor incondicional, su esfuerzo diario y por acompañarme con paciencia durante todo mi proceso académico. Gracias por creer en mí y ser un pilar fundamental en mi vida.

Eloísa Burgos

Agradecimientos

A Dios, por brindarme la fortaleza y sabiduría a lo largo de este proceso. A mis padres, abuelos y a mi hermana, por su apoyo incondicional. A mi compañera Eloísa, por su dedicación y paciencia en esta etapa. A mis amigos de la universidad, por ser un apoyo durante estos años de carrera. A mis mejores amigas Ashley y Krystel, y a mi novio Eduardo, quienes me vieron crecer y nunca dudaron de mi potencial. A mis sobrinos Thiago y Allan, y a mi mascota Shizuka, por ser una fuente diaria de alegría e inspiración para seguir adelante.

Kathya Campos

A Dios, por darme la fuerza y la fe para seguir adelante. A mis padres y hermanos Paul y Andrea, por su amor, su apoyo y por ser mi base en cada paso de este camino. A mi novio Ricardo, por su apoyo, su paciencia y comprensión, gracias por creer en mí y acompañarme con amor durante todo este proceso. A mi compañera y amiga Kathya, por su dedicación y demás amigos por acompañarme a lo largo de toda mi etapa universitaria. A mis mejores amigos Francisco y Abraham, por su lealtad, cariño y apoyo, por las palabras de ánimo y por acompañarme incluso en los momentos más difíciles.

Eloísa Burgos

Declaración Expresa

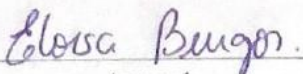
Nosotras Eloísa del Cisne Burgos Intriago y Kathya Michelle Campos Cianca acordamos y reconocemos que:

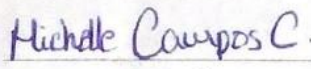
La titularidad de los derechos patrimoniales de autor (derechos de autor) del proyecto de graduación corresponderá al autor o autores, sin perjuicio de lo cual la ESPOL recibe en este acto una licencia gratuita de plazo indefinido para el uso no comercial y comercial de la obra con facultad de sublicenciar, incluyendo la autorización para su divulgación, así como para la creación y uso de obras derivadas. En el caso de usos comerciales se respetará el porcentaje de participación en beneficios que corresponda a favor del autor o autores.

La titularidad total y exclusiva sobre los derechos patrimoniales de patente de invención, modelo de utilidad, diseño industrial, secreto industrial, software o información no divulgada que corresponda o pueda corresponder respecto de cualquier investigación, desarrollo tecnológico o invención realizada por mí/nosotros durante el desarrollo del proyecto de graduación, pertenecerán de forma total, exclusiva e indivisible a la ESPOL, sin perjuicio del porcentaje que me/nos corresponda de los beneficios económicos que la ESPOL reciba por la explotación de mi/nuestra innovación, de ser el caso.

En los casos donde la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI) de la ESPOL comunique al/los autor/es que existe una innovación potencialmente patentable sobre los resultados del proyecto de graduación, no se realizará publicación o divulgación alguna, sin la autorización expresa y previa de la ESPOL.

Guayaquil, 17 de octubre del 2025.


Autor 1


Autor 2

Evaluadores

Roberto Erick Lindao Montesdeoca

Tutor de proyecto

Cinthy Elizabeth Veintimilla Mariño

Profesora de Materia

Resumen

La vida nocturna en Guayaquil ha experimentado una disminución progresiva en la participación de consumidores debido al incremento de la inseguridad y a la percepción de riesgo en el espacio urbano nocturno, lo que afecta la sostenibilidad de los centros de esparcimiento y el turismo urbano. En este contexto, la investigación tiene como objetivo analizar la percepción y experiencia de consumidores y administradores de centros nocturnos, con el fin de desarrollar estrategias orientadas a la reactivación de la vida nocturna en la ciudad, justificándose en la necesidad de fortalecer la organización y confianza en el entorno nocturno.

El desarrollo del proyecto se llevó a cabo bajo la metodología Design Thinking, utilizando entrevistas semiestructuradas y encuestas lo que permitió comprender el proyecto desde distintas perspectivas.

Los resultados evidenciaron que la seguridad percibida, la falta de información clara y la desorganización en la planificación de salidas nocturnas influyeron directamente en la toma de decisiones de los consumidores, mientras que los administradores identificaron limitaciones operativas y de coordinación institucional.

Como resultado, se diseña una propuesta de contenido para el desarrollo de una plataforma digital de apoyo para centros nocturnos, diseñada como una herramienta organizativa y preventiva que contribuye a la reactivación progresiva de la vida nocturna en Guayaquil.

Palabras clave: vida nocturna; turismo urbano; turismo nocturno; Design Thinking; centros nocturnos; plataforma digital.

Abstract

Nightlife in Guayaquil has experienced a progressive decline in consumer participation due to increased insecurity and the perception of risk in the urban nighttime environment, which affects the sustainability of nightlife venues and urban tourism. In this context, the research aims to analyze the perceptions and experiences of consumers and nightlife venue administrators in order to develop strategies oriented toward the reactivation of nightlife in the city, justified by the need to strengthen organization and trust within the nighttime environment.

The project was developed using the Design Thinking methodology, employing semi-structured interviews and surveys, which allowed the study to be examined from different perspectives.

The results showed that perceived safety, the lack of clear information, and disorganization in the planning of nighttime outings directly influenced consumer decision-making, while administrators identified operational limitations and insufficient institutional coordination.

As a result, a content proposal is designed for the development of a digital support platform for nightlife venues, conceived as an organizational and preventive tool that contributes to the progressive reactivation of nightlife in Guayaquil.

Keywords: *nightlife; urban tourism; nighttime tourism; Design Thinking; nightlife venues; digital platform.*

Índice General

Resumen.....	i
Abstract	ii
Índice General	iii
Índice de Ilustraciones.....	vi
Índice de Tablas	vii
CAPÍTULO 1	1
1. Introducción.....	1
1.1 Descripción del problema	2
1.2. Justificación del problema.....	3
1.3 Objetivos.....	4
1.3.1. Objetivo general.....	4
1.3.2 Objetivos específicos	4
1.4 Marco Teórico.....	5
1.4.1 Turismo urbano.....	5
1.4.2 Concepto de vida nocturna.....	5
1.4.3 Importancia del ocio nocturno en la economía y el turismo	6
1.4.4 Percepción de inseguridad y su impacto en el comportamiento del consumidor	6
1.4.5 Marketing urbano.....	7

1.4.6 Estrategias de revitalización de espacios públicos e innovación en la oferta nocturna	7
1.4.7 Estadísticas de criminalidad y movilidad nocturna	8
1.5 Marco normativo y legal.....	10
1.5.1 Plan Provincial de Seguridad Ciudadana y Convivencia Social Pacífica del Guayas.....	10
1.5.2 Ley Orgánica de Vigilancia y Seguridad Privada.....	11
1.5.3 Regulación del expendio de bebidas alcohólicas	11
1.5.4 Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas.....	11
1.5.5 Ley Orgánica de Defensa del Consumidor	12
CAPÍTULO 2.....	1
2. Metodología	13
2.1 Design Thinking.....	13
2.2 Marco metodológico para el objetivo específico 1	14
2.3 Marco metodológico para el objetivo específico 2	15
2.4 Marco metodológico para el objetivo específico 3	16
2.5 Criterios de rigor y ética.....	18
CAPÍTULO 3.....	13
3. ANÁLISIS Y RESULTADOS	19
3.1 ANÁLISIS Y RESULTADOS PARA EL OBJETIVO ESPECÍFICO 1	19
3.1.1 Análisis documental.....	19
3.1.2 Resultados de las entrevistas semiestructuradas a consumidores	20

3.1.3 Resultados de entrevistas a dueños y administradores de centros nocturnos	21
3.1.4 Resultados de las encuestas.....	23
3.1.5 Resultados de la matriz de involucrados.....	28
3.1.6 Mapa de empatía	30
3.1.7 FODA.....	31
3.2 Síntesis del Objetivo Específico 2.....	32
3.3 Resultados del Objetivo Específico 3	33
3.3.1 Identificación de oportunidades	33
3.3.2 Priorización estratégica	34
3.3.3 Problemas y oportunidades integrados.....	34
3.3.4 Validación del Objetivo 3	35
3.3.5 Conexión con el plan piloto	36
3.4. Elección de las estrategias y descripción de la solución propuesta	37
3.4.1. Brainstorming.....	38
3.4.2. Benchmarking	39
3.4.3. Estructura general del prototipo	40
3.4.5 Protocolos, legalidad y protección de datos.....	43
3.4.6. Beneficios de la propuesta	44
3.5. Componente financiero y económico.....	44
3.6. Etapa Validar.....	46
CAPÍTULO 4.....	19

4.	Conclusiones y Recomendaciones	48
4.1.	Conclusiones del análisis de la percepción y experiencia del consumidor..	48
4.2.	Conclusiones del análisis de la percepción y experiencia del administrador	48
4.3	Conclusiones sobre la propuesta de la plataforma digital	49
4.4.	Conclusiones de la validación del prototipo	49
4.5.	Recomendaciones	50
	Bibliografía	48
	Anexos.....	51

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Participación de consumidores en actividades o espacios nocturnos (bares, discotecas, conciertos, festivales, etc.).....	23
Ilustración 2 Factores por lo que los consumidores no realizan actividades nocturnas	24
Ilustración 3 Frecuencia en la cual los consumidores disfrutan de la vida nocturna ...	24
Ilustración 4 Lugares de esparcimiento nocturno que los consumidores frecuentan con mayor regularidad	25
Ilustración 5 Con quién suelen asistir los consumidores a los lugares de esparcimiento	25
Ilustración 6 Que tan seguro se sienten los consumidores al salir en la noche en Guayaquil.....	26
Ilustración 7 Consumidores que han dejado de asistir a lugares o eventos nocturnos.	26

Ilustración 8 Medidas de seguridad que los consumidores consideran más segura.....	27
Ilustración 9 Medios de transporte que usan normalmente los consumidores para su movilización a los centros de esparcimiento nocturnos.....	27
Ilustración 10 Aspectos que influyen en la decisión de asistir a un centro nocturno...	28
Ilustración 11 Combinación de los actores sociales.....	29
Ilustración 12 Benchmarking realizado a distintas aplicaciones.....	40

Índice de Tablas

Tabla 1 Clasificación de actores según el modelo de Mitchell.....	28
Tabla 2 Análisis FODA.....	31
Tabla 3 Tabla de presupuesto realizada bajo cotizaciones.....	46

CAPÍTULO 1

1. Introducción

En Guayaquil, la vida nocturna ha sido uno de los pilares del turismo urbano y del desarrollo económico local a través del tiempo, al ofrecer múltiples espacios destinados al ocio y la recreación nocturna. Sin embargo, en los últimos años estas actividades se han visto afectadas por el incremento de la inseguridad y la percepción de peligro en los espacios públicos y la falta de coordinación entre las autoridades locales. Estos factores han reducido significativamente la afluencia de visitantes a bares, discotecas, restaurantes, karaokes, y otros centros de esparcimiento. Esta situación no solo limita las oportunidades de disfrute para los ciudadanos, turistas y visitantes, sino que también repercute en la economía, el turismo y la imagen de la ciudad como un destino seguro.

Frente a este escenario, la Asociación de Centros Nocturnos de Guayaquil, en colaboración con su presidente, el Ing. Patricio Pareja, ha impulsado diversas iniciativas con el propósito de reactivar los sectores más importantes de Guayaquil. Entre ellas se destaca el proyecto de “Farra Segura”, una propuesta que busca recuperar la confianza de los ciudadanos mediante la implementación de medidas de seguridad, control y promoción responsable del ocio nocturno. No obstante, pese a los esfuerzos realizados por la Asociación, se evidencia una falta de interés y compromiso por parte de las autoridades competentes, ya que, a pesar de haberse propuesto diferentes estrategias para trabajar en conjunto, las acciones no se han concretado y muchas de las propuestas han quedado únicamente en palabras. Esta situación refleja la necesidad urgente de establecer un diálogo más efectivo entre los distintos actores para generar resultados efectivos que contribuyan al fortalecimiento del sector.

En este contexto, la presente investigación tiene como propósito desarrollar estrategias para la reactivación de la vida nocturna en Guayaquil, mediante la aplicación de la

metodología Design Thinking, la cual permite abordar los problemas desde la perspectiva del usuario, fomentando soluciones creativas y centradas en las necesidades reales de los actores involucrados. Este enfoque facilitará la elaboración de un “plan piloto” que complemente y potencie el proyecto “Farra Segura”, con el fin de crear entornos urbanos más seguros, inclusivos y dinámicos que fortalezcan la identidad cultural, el turismo local y la economía nocturna de la ciudad.

1.1 Descripción del problema

En la actualidad, Guayaquil enfrenta un proceso de debilitamiento de la vida nocturna, evidenciado por la disminución progresiva de visitantes a los espacios de entretenimiento y recreación según el Observatorio Turístico (2025), según los datos presentados nos dice que entre abril a junio del 2025 en Guayaquil de 6 mil turistas solo 24.2% realiza actividades de entretenimiento nocturno y así mismo el 27% deja de realizar estas actividades debido a la inseguridad. Este fenómeno se debe principalmente a la inseguridad, a la falta de ordenamiento en los espacios públicos y a la limitada articulación entre los organismos encargados de regular y promover las actividades turísticas. La ausencia de una gestión ha generado que los establecimientos de esparcimiento nocturnos operen en condiciones restrictivas, con limitaciones horarias, escasa iluminación, deficiente señalización y poca presencia de control policial, lo que reduce su atractivo para los consumidores locales y turistas.

Aunque la Asociación de Centros Nocturnos de Guayaquil, junto al Ing. Patricio Pareja, ha promovido proyectos como “Farra Segura” para reforzar la seguridad y fomentar una cultura de esparcimiento responsable, la falta de apoyo institucional ha limitado su impacto y continuidad. Esto evidencia una diferencia notable entre las necesidades del sector y la respuesta de las autoridades, generando un entorno de incertidumbre y estancamiento.

La vida nocturna es un elemento clave para la proyección turística, la generación de empleo y la revitalización de la economía urbana. Por ello, comprender las causas que han deteriorado este sector y proponer estrategias que incentiven su recuperación resulta indispensable para fortalecer la competitividad y el atractivo de la ciudad como destino turístico.

1.2. Justificación del problema

La investigación busca identificar los factores que afectan la reactivación de la vida nocturna en Guayaquil, lo cual es relevante debido a que la ausencia de políticas integrales y la falta de apoyo institucional han generado un entorno poco favorable para el desarrollo de actividades nocturnas, limitando tanto la oferta cultural y recreativa como la confianza de los ciudadanos y turistas.

Abordar esta situación desde una perspectiva de diseño centrado en el usuario es fundamental para garantizar que las soluciones respondan a las necesidades de los actores involucrados, y que promuevan entornos nocturnos seguros, inclusivos y atractivos

De esta manera, se propone generar estrategias concretas y aplicables, que contribuyan a la recuperación de espacios públicos, al fortalecimiento de la economía local y a la creación de entornos nocturnos confiables, con un impacto positivo en el bienestar y la experiencia.

Este estudio se enmarca en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) propuestos por la Agenda 2030 de las Naciones Unidas, específicamente en el ODS 8, busca “promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos”; el ODS 16, pretende “promover sociedades pacíficas e inclusivas, facilitar el acceso a la justicia para toda la población y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos

los niveles”; y el ODS 17, que tiene como fin “revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible” (Naciones Unidas, 2015).

1.3 Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Desarrollar estrategias para la reactivación de la vida nocturna en Guayaquil, orientadas al fortalecimiento de un entorno urbano seguro, dinámico y atractivo para la oferta, la ciudadanía y el turismo, por medio de una planificación y diseño de acciones estratégicas fundamentadas en análisis e investigación.

1.3.2 Objetivos específicos

- Analizar las necesidades y expectativas de los distintos actores involucrados en la vida nocturna de Guayaquil, mediante el levantamiento de información primaria y secundaria, identificando los principales factores que limitan su participación en espacios de esparcimiento nocturno
- Diseñar estrategias viables que respondan a los retos y oportunidades de la vida nocturna en Guayaquil, mediante herramientas del Design Thinking, considerando la seguridad y la colaboración entre los distintos actores.
- Proponer un plan piloto con iniciativas innovadoras que fortalezcan la seguridad, diversifiquen la oferta y promuevan la colaboración público-privada para la reactivación de la vida nocturna en Guayaquil, mediante el desarrollo de una propuesta interactiva que integre herramientas digitales y acciones comunicacionales.

1.4 Marco Teórico

1.4.1 Turismo urbano

Según la (ONU Turismo) cuando hablamos de turismo urbano nos referimos a las actividades turísticas que se realizan en las ciudades y que se enfocan en su cultura, historia, gastronomía y entretenimiento. Nos indica que “los destinos urbanos ofrecen un espectro amplio y heterogéneo de experiencias y productos culturales, arquitectónicos, tecnológicos, sociales y naturales para el tiempo libre y los negocios”. Este tipo de turismo percibe a estos desplazamientos con el propósito de ocio, trabajo y/o eventos, el cual genera beneficios en la economía de las ciudades.

Las ciudades son lugares dinámicos que ofrecen una extensa gama de servicios, infraestructura y atractivos culturales, lo cual las establece como destinos turísticos competitivos. Según Ashworth y Page (2011), el turismo urbano tiene un papel en la revitalización económica y social de las ciudades, ya que fomenta la inversión y la generación de empleos. Aunque, su progreso también depende mucho de factores como la planificación urbana, la seguridad y la sostenibilidad.

1.4.2 Concepto de vida nocturna

De acuerdo con (Boullón, 2006), las actividades recreativas y de entretenimiento constituyen un elemento fundamental dentro de la oferta turística en los entornos urbanos. Esto se debe a que “las actividades turísticas no se limitan al horario diurno, sino que incluyen espectáculos, gastronomía y recreación que satisfacen las motivaciones de ocio del visitante”. Bajo este enfoque, la vida nocturna se considera un componente esencial del turismo urbano, debido a que complementa las experiencias diurnas y contribuye al fortalecimiento de la identidad cultural y social de las ciudades. Además, estas actividades

diversifican las opciones de disfrute tanto para la población local como para los turistas, incidiendo directamente en la percepción de dinamismo, modernidad y vitalidad del destino.

1.4.3 Importancia del ocio nocturno en la economía y el turismo

Vives, M. y Meneses, W. (2023), nos dice “El ocio nocturno es uno de los elementos fundamentales del turismo por lo que en países desarrollados en temas turísticos lo tienen bien planificado a medida que ha ido creciendo este sector” (p. 2). Boullón (2006), menciona que el desarrollo de las actividades turísticas depende de “la accesibilidad, la infraestructura de servicios, la seguridad y la calidad de los equipamientos”. Estos factores también determinan el crecimiento de la vida nocturna, pues influyen en la sostenibilidad, el atractivo y la capacidad de un destino para ofrecer experiencias recreativas de calidad.

1.4.4 Percepción de inseguridad y su impacto en el comportamiento del consumidor

Según (Garzón, 2019), la percepción de la inseguridad es un constructo psicológico-social en el cual las personas tienen al entorno como menos seguro, lo cual genera un impacto directo en el comportamiento de los consumidores, ya que provoca que estos cambien sus hábitos de consumo como visitar un lugar, permanecer más tiempo, experimentar ocio nocturno y, por ende, afecta el progreso económico de una sociedad. La percepción de inseguridad que tienen las personas no siempre coincide con los niveles de criminalidad real, sino que está también se forma con base en experiencias que han pasado individualmente, noticias, datos mediáticos y sobre el contexto social.

En cuanto al turismo, la percepción de inseguridad puede generar alteraciones en el comportamiento del consumidor, influyendo en la toma de decisiones de las personas como la elección del destino a visitar, actividades a realizar ya sea diurnas o nocturnas y el nivel de gasto. “Los visitantes tienden a evitar zonas que son consideradas peligrosas y/o zonas que

tienden a tener un alto índice de criminalidad, provocando así una disminución de demanda turística afectando a su vez a los negocios locales”. (Garzón, 2019).

1.4.5 Marketing urbano

(Gutiérrez, 2009) define al marketing urbano como “un proceso continuo de desarrollo y comercialización (promoción) del producto ciudad”. Por ende, el marketing urbano se basa en el conjunto de estrategias integradas que permiten a una ciudad gestionar su imagen, fortalecer su oferta territorial y posicionarse competitivamente, para ser tratadas como producto con atributos que pueden promocionarse para atraer turistas y hasta empresas.

Zambrano, M. & Castro, J. (2021), analizan al marketing urbano como una estrategia de posicionamiento para convertir a una ciudad en una “marca mundial”. Los autores indican que promover el diseño urbano, la infraestructura, los servicios, los atractivos e incluso hasta la participación de la ciudadanía es clave para poder lograr una imagen diferenciada que favorezca la competitividad territorial.

1.4.6 Estrategias de revitalización de espacios públicos e innovación en la oferta nocturna

Según Jasso López (2015), revitalizar los espacios de la ciudad es una estrategia clave para reactivar su uso social, particularmente en las horas nocturnas. El documento indica que los espacios públicos en mal estado o desatendidos suelen estar vacíos por la noche, lo que agudiza la sensación de inseguridad y reduce su capacidad para ser lugares de convivencia y encuentro. En respuesta a esto, la escritora propone que las intervenciones dirigidas a optimizar el diseño urbano, la iluminación y el equipamiento, sumadas a la inclusión de actividades culturales, recreativas y sociales, posibilitan ampliar el uso del espacio público por encima del horario diurno.

1.4.7 Estadísticas de criminalidad y movilidad nocturna

En el contexto local, Guayaquil se ha convertido en la ciudad más violenta del Ecuador, concentrando la mayor parte de los asesinatos registrados a nivel nacional. Según (Redacción Primicias, 2025), solo en mayo de 2025 fue considerado el mes más violento de la historia reciente, se registraron 915 muertes violentas en el país, de las cuales 313 ocurrieron en Guayaquil, representando el 90,5% del total nacional. Además, el 77% de estos crímenes se realizaron en la vía pública, principalmente en calles y avenidas, lo que refleja una grave falta de control estatal y de seguridad ciudadana en los espacios abiertos.

La investigadora Valeria Romero, del Observatorio de Seguridad, Crimen y Defensa de la Fundación Ciudadanía y Desarrollo, sostiene que esta situación “demuestra la debilidad del Estado para garantizar la seguridad en espacios tan fundamentales como las calles y avenidas”. También señala que los crímenes cometidos en lugares públicos “tienen un carácter simbólico: son muy visibles para la comunidad, para los vecinos y peatones, y esto genera miedo, sensación de inseguridad. El crimen busca marcar territorio, mandar mensajes a sus rivales” (Redacción Primicias, 2025). Estas afirmaciones ponen en evidencia cómo la exposición de la violencia en zonas transitadas incrementa la percepción de inseguridad entre los ciudadanos, reduciendo su confianza y restringiendo el uso del espacio urbano, sobre todo durante la noche.

Las estadísticas del Ministerio del Interior revelan que la violencia en Guayaquil se concentra en una franja horaria específica, ya que el 55% de los asesinatos ocurre entre las 18:00 y las 02:00. En ese período, Valeria Romero explica que “hay una reducción natural de la vigilancia estatal y comunitaria”, debido a la menor presencia policial, la falta de iluminación y las deficiencias en el funcionamiento de las cámaras de videovigilancia (Redacción Primicias, 2025). Este patrón de criminalidad nocturna genera un entorno de alta

vulnerabilidad para la población, limita la movilidad y afecta de forma directa las actividades de ocio y turismo. En consecuencia, la inseguridad en horario nocturno constituye un obstáculo significativo para la reactivación de la vida nocturna y la recuperación del tejido social y económico de la ciudad.

A pesar de los retos que enfrenta la ciudad en materia de seguridad, Guayaquil continúa destacándose como un destino turístico competitivo y acogedor, capaz de conquistar a quienes la visitan. De acuerdo con la *Alcaldía de Guayaquil* (2025), el más reciente informe del Observatorio Turístico de la ESPOL evidenció que durante el segundo trimestre de 2025 se generaron USD 153 millones en ingresos por concepto de gasto de turistas y excursionistas. Este resultado refleja la vitalidad del sector y el impacto positivo del turismo en la economía local.

El estudio, realizado entre abril y junio de 2025, resalta que los visitantes valoran principalmente la hospitalidad de los guayaquileños, la riqueza gastronómica y el patrimonio cultural de la ciudad. Los datos muestran que el 99% de los turistas recomendaría Guayaquil y el 98,3% manifestó su deseo de regresar, lo que consolida su reputación como una ciudad que genera experiencias memorables. Además, el 65,69% de los encuestados calificó su experiencia como “segura” o “muy segura”, lo que representa una mejora significativa en la percepción de seguridad.

En términos gastronómicos, el informe resalta la fortaleza de la identidad culinaria local: el 47% de los turistas prefirió restaurantes de comida tradicional, mientras que el 19% eligió comida rápida y el 12% optó por huecas, consolidando a la gastronomía como uno de los principales atractivos de la ciudad. Estos resultados fueron presentados ante autoridades municipales, asociaciones turísticas y representantes del sector, reflejando el compromiso institucional con la promoción del turismo sostenible y la cultura local.

Durante la presentación del informe, Tahiz Panus, directora de Turismo y Eventos Especiales del Municipio de Guayaquil, afirmó que “al octavo mes del año, sentimos que avanzamos con fuerza gracias al trabajo en equipo. Los resultados nos respaldan”. La funcionaria agregó que el municipio “apoya al 100% la organización de congresos y eventos, brindando acompañamiento logístico, seguridad y promoción” y que junto al Ministerio de Turismo se impulsarán acciones específicas para reactivar el centro de la ciudad durante la noche, asegurando que “Guayaquil vive y vibra en la noche, y quien diga lo contrario, necesita redescubirla” (Alcaldía de Guayaquil, 2025). Estas declaraciones reflejan una visión optimista y estratégica que apuesta por el fortalecimiento del turismo nocturno, la revalorización cultural y la consolidación de una ciudad vibrante y hospitalaria.

1.5 Marco normativo y legal

1.5.1 Plan Provincial de Seguridad Ciudadana y Convivencia Social

Pacífica del Guayas

El Plan Provincial de Seguridad Ciudadana del Guayas (2024–2027) busca fortalecer la convivencia pacífica y la prevención del delito mediante la coordinación entre instituciones públicas y privadas. Según la (Constitución de la República del Ecuador, 2008), el art. 393 menciona que “el Estado debe garantizar la seguridad humana a través de políticas integradas que promuevan la cultura de paz.” El plan enfatiza la colaboración entre los Gobiernos Autónomos Descentralizados, la Policía Nacional y la sociedad civil para implementar estrategias de prevención y control del delito, promoviendo entornos urbanos seguros, especialmente en zonas con actividad turística y nocturna. *Prefectura Ciudadana del Guayas, (2024).*

1.5.2 Ley Orgánica de Vigilancia y Seguridad Privada

La Ley Orgánica de Vigilancia y Seguridad Privada regula la operación de empresas y personal de seguridad privada, con el fin de proteger personas e instalaciones y así coordinar estas actividades con el sistema de seguridad pública. Según esta ley (Asamblea Nacional, 2024), en el artículo 1, se establecen los procedimientos autorizados para la protección de bienes y personas, indicando que las compañías de seguridad deben cooperar con la Policía Nacional y reportar situaciones de riesgo o delitos en los establecimientos donde operan. Esto obliga a los centros de entretenimiento nocturno a contratar seguridad privada acreditada e integrarse en redes de monitoreo urbano. (*Ministerio del Interior, 2024*).

1.5.3 Regulación del expendio de bebidas alcohólicas

El Acuerdo Ministerial 1470, establece las normas para la venta y consumo de bebidas alcohólicas en locales turísticos y no turísticos. Según este acuerdo (Ministerio de Turismo, 2020), los restaurantes, bares y discotecas pueden vender alcohol hasta las 00:00 de lunes a jueves, y hasta las 02:00 los viernes y sábados. Los domingos, la venta de alcohol está prohibida, con ciertas excepciones para establecimientos turísticos que ofrezcan alimentos bajo horarios restringidos. Además, los establecimientos no registrados como turísticos deben obtener permisos de funcionamiento y respetar los horarios definidos según su categoría comercial, garantizando orden y supervisión administrativa.

1.5.4 Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas

El Acuerdo Ministerial No. 2018-053 del Ministerio de Turismo regula las actividades turísticas relacionadas con la prestación de alimentos y bebidas. Según el acuerdo (Ministerio de Turismo, 2018), en el artículo 5, se garantiza el derecho de los usuarios a recibir servicios de calidad, en condiciones de higiene, seguridad y accesibilidad. El reglamento también obliga a los prestadores a mantener las instalaciones en buen estado y contar con mecanismos

de atención al cliente, como el libro de reclamos, fortaleciendo la protección del consumidor y promoviendo espacios turísticos seguros.

1.5.5 Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor regula la relación entre proveedores y consumidores, promoviendo la equidad, la seguridad jurídica y la protección de los derechos del consumidor. Según esta ley (Asamblea Nacional, 2000), en su artículo 4, establece los derechos fundamentales del consumidor, entre ellos el derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como el derecho a recibir servicios de óptima calidad y a la información veraz y completa sobre sus características y precios. Además, el numeral 6 del mismo artículo protege a los consumidores frente a la publicidad engañosa o abusiva, prohibiendo aquellas prácticas que puedan inducir al error o afectar la integridad física o moral de los usuarios. El artículo 17, dispone que los proveedores están obligados a ofrecer información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna sobre los bienes o servicios ofrecidos, lo que implica que los establecimientos nocturnos deben comunicar de forma transparente los precios, promociones y condiciones de acceso.

CAPÍTULO 2

2. Metodología

La investigación se centró en la recopilación, procesamiento y análisis de información relevante que permitió comprender a profundidad la realidad actual de la vida nocturna en la ciudad de Guayaquil, la cual se vio significativamente afectada por los altos índices de inseguridad. A través de la aplicación de un enfoque metodológico integral, se pretendió examinar los factores sociales, económicos y perceptivos que han influido en la disminución de la actividad nocturna, así como identificar las oportunidades de mejora que contribuyan a su recuperación.

Este estudio buscó no solo diagnosticar la situación actual, sino también generar conocimiento útil para la toma de decisiones estratégicas, promoviendo la formulación de propuestas innovadoras que fortalecieran la seguridad, diversificaran la oferta de entretenimiento y fomentaran la colaboración entre el sector público y privado. La metodología aplicada permitió obtener una visión completa del problema, combinando técnicas de recolección de datos cualitativos y cuantitativos que facilitaron el análisis del comportamiento de los actores involucrados, las percepciones ciudadanas y la efectividad de las medidas implementadas hasta el momento.

2.1 Design Thinking

El presente estudio se desarrolló bajo la metodología Design Thinking, una herramienta centrada en las personas que promueve la generación de soluciones creativas e innovadoras a partir de la comprensión profunda de las necesidades de los usuarios (*véase en Anexo B*).

Según Serrano y Blázquez (2015), el Design Thinking surgió como una forma de equilibrar el pensamiento analítico con el pensamiento intuitivo y visual, permitiendo abordar los problemas desde una perspectiva más emocional, colaborativa y orientada a la acción. Se

utilizó esta metodología debido a su carácter participativo, centrado en el usuario y orientado a la generación de soluciones innovadoras a problemas sociales y económicos.

El proyecto se enfocó en comprender las causas que afectan la vida nocturna en la ciudad de Guayaquil y en desarrollar estrategias que permitieran su reactivación, considerando el contexto de inseguridad que incidía en la disminución de la asistencia a los centros de esparcimiento.

2.2 Marco metodológico para el objetivo específico 1

El fin del objetivo específico 1 fue analizar las necesidades y expectativas de los diversos actores involucrados en la vida nocturna de Guayaquil, mediante la recolección de **información primaria** la cual, según Cabrera, M. (2010) “son aquellas que contienen información nueva y original, que no ha sido sometida a ningún tratamiento posterior (selección, interpretación...)” e **información secundaria** la cual la misma autora Cabrera, M. (2010) nos dice que “son el resultado de las operaciones que componen el análisis documental como: descripción bibliográfica, catalogación, indización, y resumen”.

Se asoció con la fase de **descubre** de la metodología Design Thinking cuyo objetivo fue entender detalladamente las actitudes, comportamiento y percepción de los ciudadanos, empleados y dueños de los establecimientos nocturnos.

Se utilizó las **entrevistas semiestructuradas** (véase Anexo D y Anexo E) para entender las necesidades de los involucrados como los consumidores y dueños de los centros de esparcimiento. Esta técnica se caracteriza por una estructura menos rígida que las entrevistas estructuradas, ya que, aunque se componen de preguntas ya predeterminadas, permiten a los participantes responder con toda libertad y al investigador poder adaptar la conversación según las respuestas que ha obtenido. Esto las convierte en una técnica muy

flexible y dinámica, ayudando al investigador a tener una interpretación más amplia de los datos (Lopezosa, C. 2020).

Se desarrolló, además, un **mapa de empatía**, el cual es una herramienta visual que busca comprender de forma integral las percepciones, emociones y comportamientos de los usuarios. De acuerdo con Ferreira et al. (como se citó en Riveros Montiel, 2024), esta herramienta ayuda a diseñar modelos de negocio centrados en el usuario, superando el análisis demográfico tradicional, se compone básicamente en ¿Qué piensa y siente?, ¿Qué ve?, ¿Qué dice y hace?, ¿Qué oye?, y completar la información con esfuerzos y resultados. Se realizó esta herramienta con la información que se obtuvo con las entrevistas.

Igualmente, se llevó a cabo una **investigación documental** basado en los informes de Levantamiento de la Data Turística de la Ciudad de Guayaquil del Observatorio Turístico de Guayaquil (2025), que permitió detectar patrones, actitudes y tendencias vinculadas con la oferta y demanda nocturna. Este análisis secundario ayudo con la contextualización de los resultados extraídos de las fuentes primarias.

Por último, se empleó la **matriz de actores e involucrados**, que según Acuña (2012), el modelo propuesto por Mitchell, Agle y Wood plantea la identificación de los actores claves a través de tres atributos principales como lo son: **poder, legitimidad y urgencia**. Estos factores determinan el grado de influencia que un actor puede ejercer sobre una organización. La combinación de dichos atributos permite clasificar a los actores en latentes, expectantes y definitivos, mientras más atributos mayores será su relevancia.

2.3 Marco metodológico para el objetivo específico 2

El **objetivo específico 2** tuvo como finalidad crear estrategias factibles que abordaran los desafíos y oportunidades de la vida nocturna en Guayaquil, teniendo en cuenta la seguridad y la cooperación entre los diferentes participantes. Esta fase está asociada con la

etapa **definir**, en donde se analizó y se organizó la información adquirida en la etapa de descubre para poder determinar con precisión el problema principal y los puntos de intervención.

Para esta etapa se utilizó la **matriz FODA** el cual analiza las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Según Ponce, T. (2007), es una herramienta que permite identificar los factores internos y externos que influyen en el desempeño de una organización. Básicamente consiste en evaluar las fortalezas y debilidades internas, así como las oportunidades y amenazas del entorno, dando así una visión para la toma de decisiones. Su implementación contribuyó a identificar los elementos que promueven o restringe la reactivación de la vida nocturna de Guayaquil.

Se utilizó, además, la técnica del **árbol de problemas**, que permitió ilustrar de manera jerárquica el vínculo entre el problema principal, causas y efectos. En donde, el tronco representa el problema principal, las raíces las causas y las ramas los efectos. De acuerdo con Barbara (2021), “gran parte de la contribución del árbol de problemas es facilitar a los actores el conocimiento de la situación problemática, generando un entendimiento común, así como el análisis de las alternativas de actuación y la viabilidad para desarrollarlas”. El análisis permitió comprender las causas principales de la reducción de la actividad nocturna y determinar cuáles son las necesidades de mayor peso que deben tenerse en cuenta (*véase en Anexo A*).

2.4 Marco metodológico para el objetivo específico 3

El **objetivo específico 3** tuvo como objetivo proponer un plan piloto que incluya propuestas novedosas para mejorar la seguridad, ampliar la oferta y fomentar la cooperación entre el sector público y privado con el fin de revitalizar la vida nocturna en guayaquil. Este objetivo se lo relacionó con las etapas **idear, prototipar y testar** del Design Thinking

Se llevó a cabo en la etapa de Idear sesiones de **lluvia de ideas**, que es una técnica utilizada con el propósito de generar múltiples soluciones o propuestas. Con el fin de fomentar la creatividad colectiva induciendo a todos los participantes a pensar de forma rápida y libre sobre un problema que se está tratando con base a preguntas abiertas que ayuden a impulsar la creatividad (Castro, F. 2022). Se hicieron propuestas centradas en la seguridad, la diversidad de ofertas y la colaboración entre el sector público y privado.

Posterior a la elección de las estrategias más factibles, se les dio representación a través de prototipos visuales que fueron creados en herramientas como Adobe Illustrator, Canva y Figma. Se utilizaron, además, instrumentos de inteligencia artificial. Los prototipos según Fernández (2020), cumple un papel fundamental, ya que este permite comunicar y validar ideas con los actores involucrados en el proyecto. Esto se convierte en un elemento tangible que hace más fácil el dialogo, la discusión y la generación de nuevas propuestas a partir de la solución ya planteada.

En este proyecto, se elaboraron modelos conceptuales de baja calidad que ilustran como las estrategias elegidas podrían implementarse, dando datos sobre los recursos, métodos y presupuesto aproximado.

En la última etapa de testeo, se buscó obtener una retroalimentación acerca del prototipo elaborado. Esta fase es esencial para confirmar la relevancia y eficacia de las soluciones presentadas. Se consulto al cliente, profesores y actores involucrados, quienes proporcionaron comentarios que fueron útiles para hacer modificaciones y optimizar la propuesta final. Con esta etapa concluye el ciclo metodológico asegurando que el plan piloto fuera coherente con los objetivos del proyecto.

2.5 Criterios de rigor y ética

Para garantizar la confiabilidad de los resultados y el respeto a los participantes, toda investigación cualitativa debe cumplir con normas éticas y de calidad. Los criterios de rigor utilizados fueron los sugeridos por Noreña, A., Alcaraz, N., Rojas, J., Rebolledo, D. (2012), credibilidad, validez, confirmabilidad, transferibilidad.

Credibilidad: mediante la triangulación de fuentes se reforzó la credibilidad, comparando la información obtenida mediante entrevistas, observación y análisis de documentos. Permitiendo reflejar de manera más creíble las percepciones de los diferentes actores de la vida nocturna.

Validez: se garantizó a través de una metodología estructurada y lógica, siguiendo las etapas definidas en cada fase del Design Thinking. Las herramientas, matrices y entrevistas que se emplearon fueron escogidas de acuerdo con el propósito del estudio y se utilizaron de forma sistemática.

Confirmabilidad: a través de la trazabilidad de los datos y el registro ordenados de la información, se logró asegurar lo cual posibilita comprobar las interpretaciones que se han hecho durante todo el proceso.

Transferibilidad: se pretendió detallar el contexto y las circunstancias en las que se llevó a cabo la investigación, con el fin de que los resultados puedan ser utilizados como referencia para investigaciones similares en otras áreas urbanas con problemas similares.

CAPÍTULO 3

3. ANÁLISIS Y RESULTADOS

Este capítulo presenta el análisis e interpretación de los resultados obtenidos mediante los instrumentos aplicados en la investigación: encuestas, entrevistas semiestructuradas, matriz de involucrados basada en el modelo de Mitchell, mapas de empatía dirigidos tanto a representantes del sector nocturno como a consumidores, y análisis FODA. Este proceso permitió comprender, desde múltiples ángulos, las dinámicas y desafíos que enfrenta la vida nocturna en Guayaquil en un contexto de creciente inseguridad.

3.1 ANÁLISIS Y RESULTADOS PARA EL OBJETIVO ESPECÍFICO 1

Analizar las necesidades y expectativas de los distintos actores involucrados en la vida nocturna de Guayaquil, identificando los principales factores que limitan su participación en espacios de esparcimiento nocturno.

3.1.1 Análisis documental

El análisis documental permitió comprender el estado actual de la vida nocturna en Guayaquil y los factores que han condicionado su desarrollo reciente. Las estadísticas del Observatorio Turístico de abril a junio de 2025 indican que de 602 mil de visitantes solo el 24.2% realizan actividades de entretenimiento nocturno siendo uno de los principales motivos la inseguridad con el 27%, esto evidencia una reducción sostenida en el número de visitantes a espacios de ocio nocturno, así como una disminución en la duración promedio de permanencia en dichos lugares. Esta tendencia se vincula de manera directa con el incremento de la percepción de inseguridad en el espacio público, la reducción de movilidad nocturna y el debilitamiento de la oferta recreativa. En este contexto, la vida nocturna ha dejado de constituirse como un componente dinamizador de la actividad económica urbana para convertirse en un espacio vulnerable y poco atractivo para residentes y turistas. Esta

información preliminar contextualiza los resultados obtenidos mediante las fuentes primarias y permite comprender cómo la inseguridad condiciona las dinámicas sociales y económicas asociadas al ocio nocturno.

3.1.2 Resultados de las entrevistas semiestructuradas a consumidores

Las entrevistas realizadas a ocho consumidores permitieron identificar percepciones, motivaciones y limitantes comunes respecto a la vida nocturna en Guayaquil. Aunque las experiencias personales varían, los hallazgos convergen en torno a cuatro ejes principales:

Eje 1: experiencias generales

En cuanto a sus experiencias generales, la mayoría de los entrevistados describió la vida nocturna como un espacio inicialmente atractivo, asociado a momentos agradables con amigos o familiares. Sin embargo, este disfrute se encuentra condicionado por la inseguridad, especialmente durante los desplazamientos hacia y desde los establecimientos. Los encuestados afirman que esta sensación afecta directamente su capacidad de relajarse y disfrutar de la oferta nocturna de la ciudad.

Eje 2: percepción de seguridad

El segundo eje, relacionado con la percepción de seguridad, constituye el factor más determinante en la decisión de participar o no en actividades nocturnas. Varios participantes relataron haber vivido situaciones de riesgo, incluyendo intentos de robo o presencia de vehículos sospechosos. La percepción compartida es que Guayaquil se ha vuelto un entorno nocturno inseguro, coincidiendo con la afirmación de un entrevistado que señaló: “La vida nocturna es peligrosa, aunque esa misma tensión a veces le da adrenalina al ambiente”. Esta inseguridad también ha reducido la asistencia a eventos nocturnos, trasladando la vida social hacia espacios privados.

Eje 3: hábitos de participación nocturna

El tercer eje corresponde a los hábitos de salida y factores que influyen en la elección de establecimientos. La mayoría de los consumidores indicó salir solo una o dos veces al mes, motivados por compromisos sociales antes que por ocio. La elección del lugar está determinada principalmente por la seguridad percibida, seguida por el precio, la ubicación y la calidad del ambiente. Asimismo, se mencionó que las condiciones de la infraestructura urbana influyen en la decisión de salir: iluminación adecuada, presencia policial y oferta de transporte seguro son considerados elementos indispensables para reducir el riesgo.

Eje 4: expectativas hacia las autoridades y establecimientos.

Finalmente, en cuanto a expectativas y propuestas, los entrevistados señalaron que incrementar la presencia policial y mejorar la señalización e iluminación urbana serían elementos fundamentales para recuperar la confianza en la vida nocturna. Además, manifestaron que la capacitación del personal de bares, la implementación de protocolos de seguridad y el desarrollo de campañas preventivas podrían mejorar la experiencia nocturna y fomentar una participación más activa. Para los consumidores, la vida nocturna ideal en Guayaquil incluiría espacios diversos y seguros que permitan recorrer la ciudad con tranquilidad, disfrutar de actividades culturales y compartir momentos sociales sin temor.

3.1.3 Resultados de entrevistas a dueños y administradores de centros nocturnos

Las cuatro entrevistas realizadas a propietarios y administradores de establecimientos permitieron comprender cómo la inseguridad y la reducción de la demanda han transformado la dinámica empresarial nocturna en Guayaquil. Los hallazgos se agrupan en cuatro ejes principales:

Eje 1: evolución del negocio

En relación con la evolución del negocio, los entrevistados explicaron que muchos establecimientos surgieron como iniciativas orientadas a ofrecer experiencias diferenciadas, modernas o creativas para un público joven. Sin embargo, coinciden en que la afluencia nocturna ha disminuido en los últimos años, lo que ha obligado a los locales a ajustar horarios y a centrarse en segmentos que buscan ambientes tranquilos y seguros. Uno de los propietarios relató “la clientela prefiere salir más temprano y consumir menos, lo que afecta la rentabilidad y duración de las actividades nocturnas”.

Eje 2: percepción del entorno

La percepción del entorno constituye el segundo eje destacado. Los dueños describen un ambiente nocturno limitado y desigual, donde algunas zonas han logrado sostener cierto dinamismo, mientras otras han experimentado un deterioro significativo debido a la delincuencia, uno de los entrevistados menciona “algunos sectores están bien, otros muy apagados”. La inseguridad no solo afecta la llegada de clientes, sino también la operación interna: proveedores temen movilizarse en horarios nocturnos, y el personal enfrenta riesgos al trasladarse desde y hacia el lugar de trabajo. Este escenario ha generado incertidumbre y ha obligado a los administradores a replantear sus estrategias comerciales.

Eje 3: estrategias de seguridad

En cuanto a las medidas de seguridad, los establecimientos han implementado cámaras de vigilancia, personal de seguridad privada y controles estrictos en los accesos. Aunque estas medidas ayudan a reducir incidentes dentro del local, los dueños coinciden en que no son suficientes si las autoridades no fortalecen el control externo. Un entrevistado enfatizó que lo más necesario es “más control de tránsito y patrullaje”, pues la inseguridad en las zonas aledañas limita la llegada de nuevos clientes.

Eje 4: visión del futuro

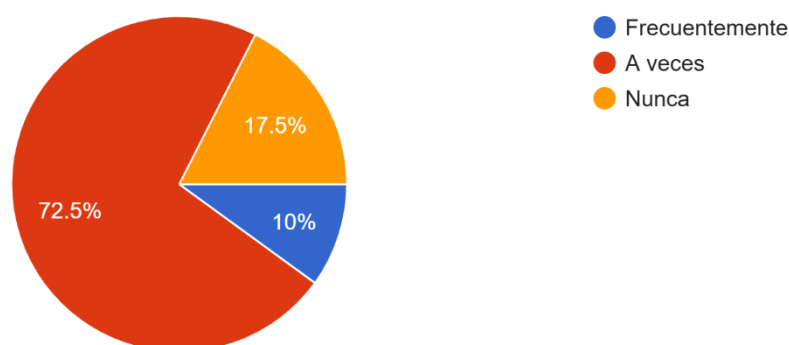
Finalmente, respecto a la visión futura del sector, los administradores expresaron interés en continuar innovando, consolidar sus negocios e incluso expandirse cuando existan mejores condiciones. Reconocen el potencial del sector nocturno como motor económico y cultural, pero consideran indispensable que las autoridades implementen políticas de seguridad efectivas y que se promuevan iniciativas que incentiven la actividad, como circuitos nocturnos, eventos culturales, alianzas entre locales y el uso de plataformas tecnológicas que guíen a los consumidores hacia lugares confiables.

3.1.4 Resultados de las encuestas

El levantamiento de información cuantitativa se realizó a través de una encuesta (*véase en Anexo C*), aplicada a 70 usuarios actuales y potenciales de la vida nocturna en Guayaquil, con el fin de identificar percepciones, comportamientos y factores limitantes asociados a la inseguridad. A continuación, se presentan los principales hallazgos.

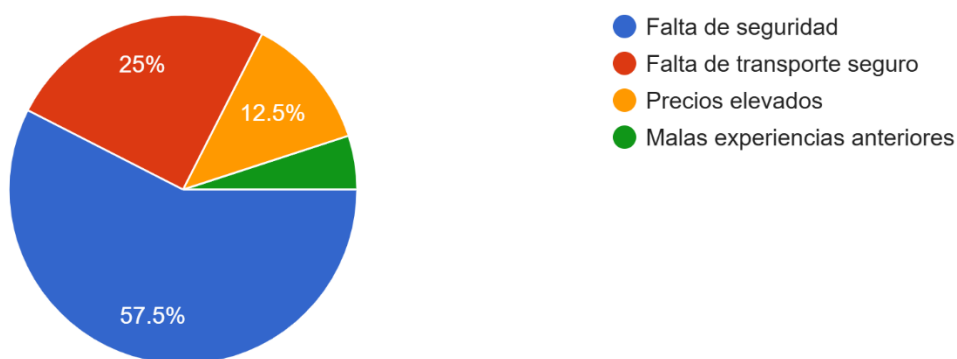
Los resultados muestran que la mayoría de las participantes pertenece a un rango juvenil-adulto, con una participación predominante de personas que frecuentan actividades recreativas nocturnas ocasionalmente. Este perfil permite comprender perspectivas ciudadanas representativas del público objetivo de los centros de esparcimiento.

Ilustración 1 Participación de consumidores en actividades o espacios nocturnos (bares, discotecas, conciertos, festivales, etc.)



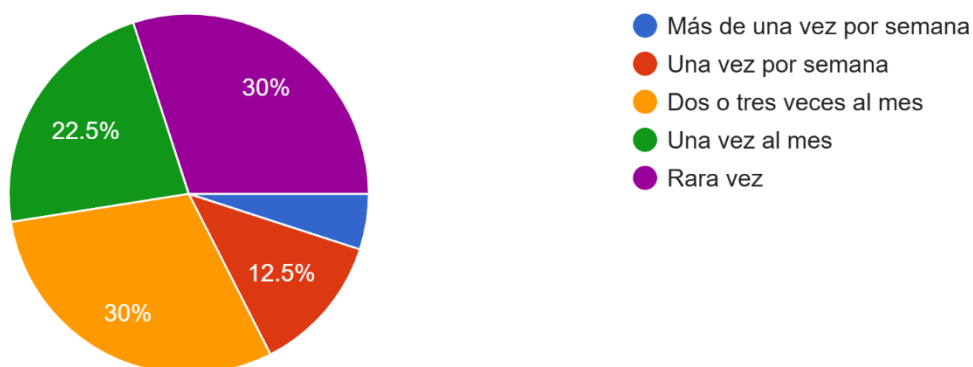
Co Los resultados evidencian que la mayoría de los consumidores participa ocasionalmente en actividades nocturnas, lo que indica un interés latente pero no consolidado. Esta participación intermitente sugiere que existen barreras que impiden la asistencia frecuente, pero también revela un público dispuesto a involucrarse si las condiciones mejoran.

Ilustración 2 Factores por lo que los consumidores no realizan actividades nocturnas



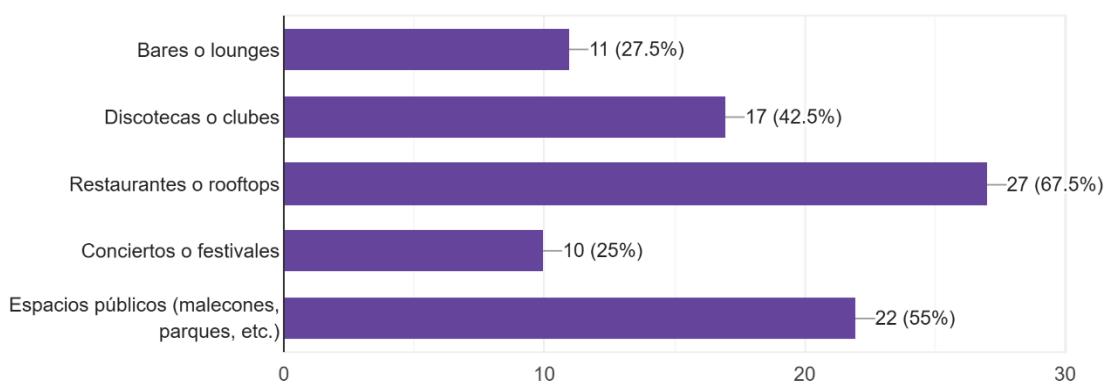
La percepción de inseguridad aparece como el principal inhibidor, lo que confirma que el aspecto más determinante para la vida nocturna no es la oferta disponible, sino el entorno en el que se desarrolla. Los demás factores, aunque presentes, funcionan como secundarios en comparación con la necesidad de un ambiente seguro y con movilidad confiable.

Ilustración 3 Frecuencia en la cual los consumidores disfrutan de la vida nocturna



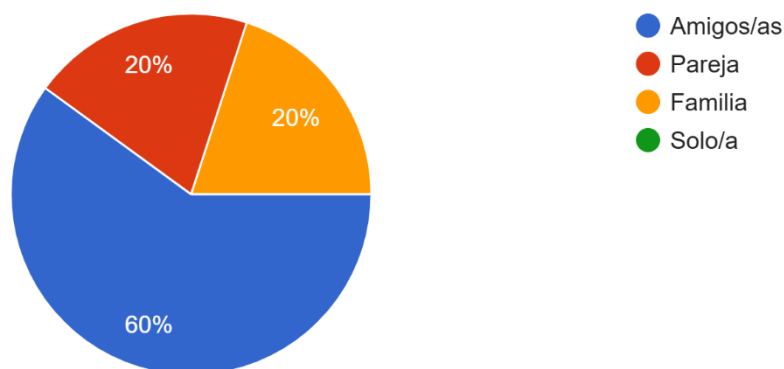
La frecuencia de asistencia muestra un comportamiento moderado, donde pocos consumidores mantienen una vida nocturna activa. Esto evidencia que la participación es esporádica y que la ciudad no logra sostener un flujo constante de visitantes, lo que influye directamente en la estabilidad de los establecimientos nocturnos.

Ilustración 4 Lugares de esparcimiento nocturno que los consumidores frecuentan con mayor regularidad



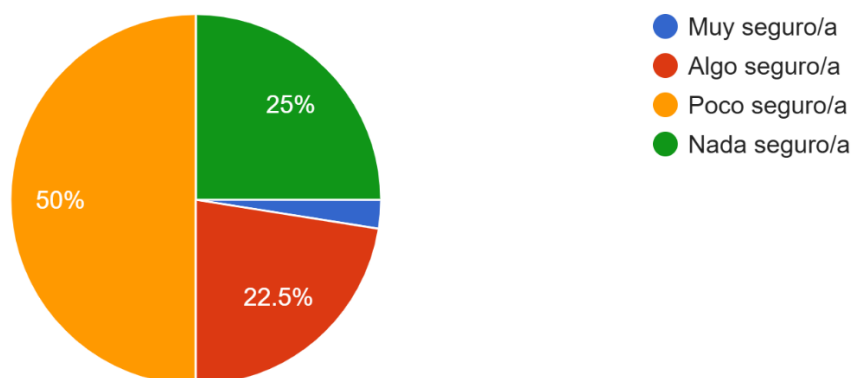
Se puede identificar que la gran mayoría de los consumidores, frecuentan lugares de esparcimiento como restaurantes o rooftops, malecones y discotecas o clubs. Estos lugares en específico son donde se necesita la mayor presencia policial, iluminación y transportes seguros.

Ilustración 5 Con quién suelen asistir los consumidores a los lugares de esparcimiento



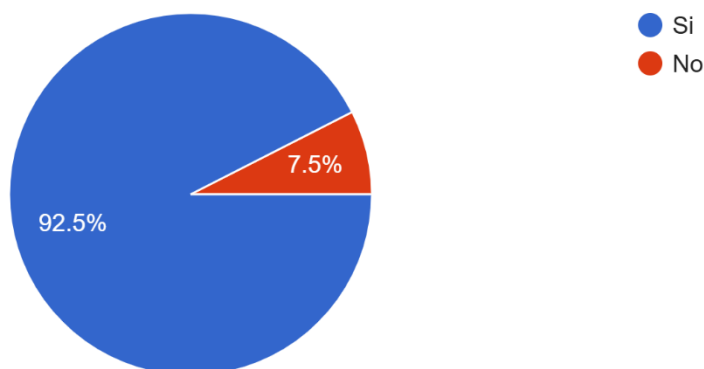
Los consumidores suelen asistir acompañados, sobre todo con amigos, lo que muestra que buscan socializar y sentirse más seguros al visitar espacios nocturnos.

Ilustración 6 Que tan seguro se sienten los consumidores al salir en la noche en Guayaquil



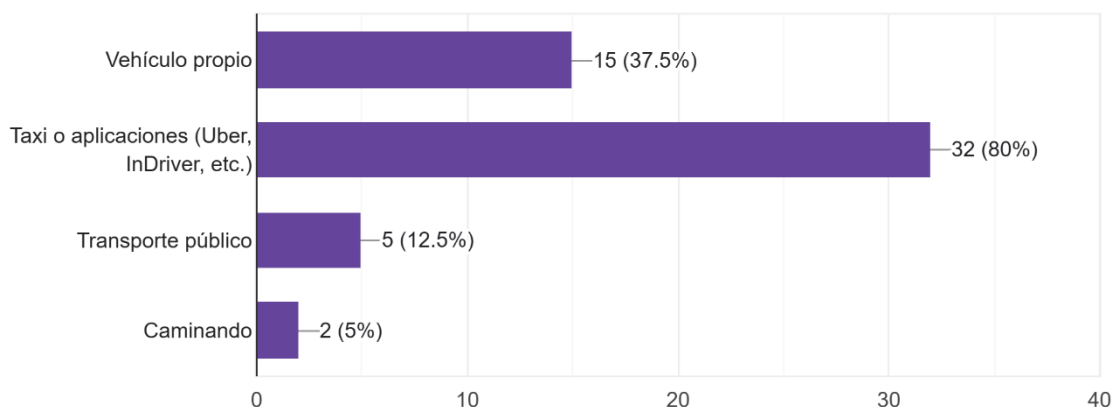
Se puede evidenciar que más del 50% de los consumidores juveniles/adultos, se siente poco seguro en salir en la noche en la ciudad de Guayaquil.

Ilustración 7 Consumidores que han dejado de asistir a lugares o eventos nocturnos



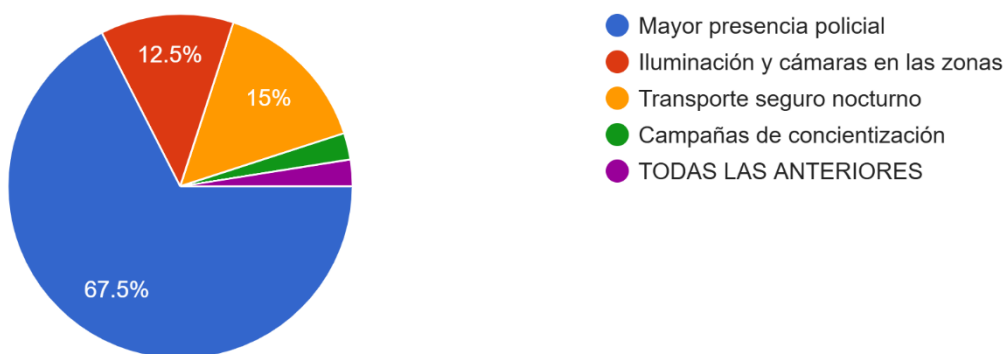
La mayoría ha dejado de asistir por la inseguridad, lo que confirma su impacto directo en la disminución de la participación nocturna.

Ilustración 9 Medios de transporte que usan normalmente los consumidores para su movilización a los centros de esparcimiento nocturnos



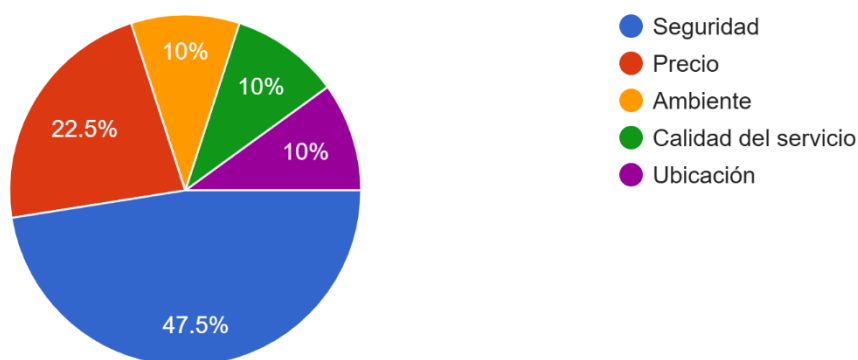
Los usuarios dependen en gran medida de servicios de transporte privado o por aplicación, lo cual refleja desconfianza hacia el transporte público durante la noche. Esto también demuestra la necesidad de alternativas de movilidad más seguras y accesibles para fomentar la participación nocturna en distintos sectores.

Ilustración 8 Medidas de seguridad que los consumidores consideran más segura



El 67.5% considera la presencia policial como la medida de seguridad más importante para mejorar la vida nocturna, mientras un 15% considera que un transporte seguro nocturno mejoraría la vida nocturna y un 12.5% de los encuestados indican que se debería considerar una mejor iluminación y cámaras en la zona.

Ilustración 10 Aspectos que influyen en la decisión de asistir a un centro nocturno



La seguridad vuelve a posicionarse como el elemento decisivo en la elección de espacios nocturnos, por encima de factores como precios o ambiente. Esto confirma que cualquier estrategia de reactivación debe priorizar intervenciones que fortalezcan la confianza ciudadana y garanticen condiciones seguras antes de promover otros atributos del entorno nocturno.

3.1.5 Resultados de la matriz de involucrados

Tabla 1 Clasificación de actores según el modelo de Mitchell

Actor	Poder	Legitimidad	Urgencia	Tipo de actor
Municipio de Guayaquil	Alto	Alto	Medio	Definitivo
Policía Nacional	Alto	Alto	Alto	Definitivo
Intendencia / Gobernación	Medio-Alto	Alto	Medio	Dependiente
Empresarios nocturnos	Medio	Alto	Alto	Dependiente
Consumidores	Bajo-Medio	Alto	Alto	Dependiente
Plataformas de transporte	Medio	Medio	Bajo	Discrecional
Proveedores y trabajadores	Bajo-Medio	Medio	Bajo	Discrecional

Nota. Se muestra la relación entre los atributos de poder, urgencia y legitimidad, con base en la plantilla de la Matriz de los involucrados de Sebastián Calle (2024).

La matriz de evidencia que los actores definitivos el cuál son: El Municipio y La Policía poseen la capacidad de modificar las condiciones del entorno nocturno mediante políticas públicas, control operativo e intervenciones urbanas. Por su parte, los empresarios y consumidores, aunque no poseen alto poder decisional, presentan niveles elevados de urgencia y legitimidad, pues son quienes experimentan directamente los efectos de la inseguridad. El análisis confirma la importancia de establecer mecanismos de articulación público-privada que permitan desarrollar soluciones integrales.

Ilustración 11 Combinación de los actores sociales



Nota. Se muestra una categorización gráfica de los actores sociales con base en la plantilla de la Matriz de los involucrados de Sebastián Calle (2024)

Se observa que los actores vinculados a los centros nocturnos de Guayaquil presentan distintos niveles de poder, legitimidad y urgencia, lo que determina el tipo de influencia que ejercen. Los consumidores y los turistas, se encuentran ubicados en el centro de la intersección con valores normalizados más altos, son actores con poder suficiente, alta legitimidad y urgencias claras, por lo que se consideran prioritarios. El presidente de la ACN

se encuentra entre los actores con mayor capacidad de incidencia. En contraste, instituciones como el Municipio, la Policía Nacional y el Ministerio de Turismo presentan valores más bajos, lo que los coloca en posiciones adormecidas o discrecionales, debido a que poseen poder o legitimidad, pero con urgencias menores. Finalmente, actores como las empresas de seguridad privada y algunos entes de control quedan en los valores más bajos debido a valores reducidos, catalogándose como exigentes o con baja incidencia directa.

Una vez identificados los involucrados se procedió a realizar los mapas de empatía según el cliente, consumidores y administradores de locales de la urbe nocturna en Guayaquil.

3.1.6 Mapa de empatía

Consumidor de actividades nocturnas

El análisis del mapa de empatía del consumidor revela una figura marcada por la tensión entre el deseo de recreación y el temor constante a la inseguridad. Este actor piensa y siente preocupación, desconfianza y alerta permanente, emociones alimentadas por experiencias previas negativas o relatos de su entorno inmediato. Percibe un espacio urbano deteriorado durante la noche: calles oscuras, zonas poco transitadas y escasa presencia institucional. En su entorno auditivo predominan advertencias, noticias relacionadas con delitos y narrativas que refuerzan la idea de riesgo.

Su comportamiento se orienta hacia la autoprotección: evita salir solo, comparte su ubicación, prefiere lugares conocidos y se moviliza mediante plataformas digitales. Sin embargo, este consumidor también aspira a una vida nocturna vibrante, segura y estructurada que le permita disfrutar sin temor. Estas aspiraciones muestran que existe una demanda latente que podría reactivarse si las condiciones de seguridad y confianza mejoran (*véase en Anexo F*).

Presidente de la Asociación de Centros Nocturnos de Guayaquil

Muestra un actor profundamente afectado por la crisis del sector. Piensa y siente frustración ante la reducción de la demanda y la falta de respuestas concretas por parte de las autoridades. Observa un ecosistema económico debilitado, donde locales vecinos cierran sus puertas y el sector pierde dinamismo. Lo que escucha de otros empresarios, clientes y colaboradores confirma la percepción de abandono institucional y la necesidad urgente de estrategias efectivas.

Su discurso se orienta hacia la búsqueda de soluciones y la articulación con otros actores; participa en reuniones, gestiona apoyo y promueve iniciativas, aunque muchas veces sin resultados tangibles. En el plano emocional, experimenta angustia por su estabilidad económica y la de sus trabajadores. Aspira a reconstruir la confianza ciudadana y fortalecer la identidad del sector nocturno, posicionándolo nuevamente como un espacio seguro y atractivo (*véase en Anexo H*).

3.1.7 FODA

Tabla 2 Análisis FODA

FORTALEZAS

- Existencia de zonas urbanas que aún concentran actividad nocturna y flujo de visitantes, lo que evidencia que la vida nocturna no ha desaparecido, sino que se ha reducido.
- Interés sostenido de los consumidores por participar en actividades nocturnas, condicionado a la percepción de seguridad, el orden y la confianza en el entorno.
- Presencia de una oferta diversa de establecimientos nocturnos, que incluye bares, discotecas, restaurantes y rooftops, con potencial para diversificar experiencias.

- Compromiso del sector privado, en especial de asociaciones representativas de centros nocturnos, por mantener sus negocios operativos, implementando medidas internas de control y seguridad.

OPORTUNIDADES

- Disposición de los consumidores a retomar la vida nocturna si se fortalecen las condiciones de seguridad, movilidad y organización.
- Interés del sector nocturno por adoptar prácticas que mejoren la experiencia del visitante y fortalezcan la confianza ciudadana.
- Posibilidad de fortalecer la coordinación entre asociaciones del sector y otros actores vinculados a la vida nocturna.
- Tendencia creciente hacia la búsqueda de experiencias planificadas, eventos temáticos y espacios organizados durante la noche.

DEBILIDADES

- Percepción generalizada de inseguridad durante el horario nocturno, especialmente en los desplazamientos hacia y desde los establecimientos.
- Ausencia de coordinación efectiva entre autoridades y el sector nocturno, lo que limita la continuidad de iniciativas orientadas a la reactivación.
- Reducción en la frecuencia de salida y en el tiempo de permanencia de los consumidores, lo que afecta la rentabilidad de los negocios.

AMENAZAS

- Altos índices de criminalidad y elevada percepción de riesgo en espacios públicos durante la noche.
- Insuficiente presencia y control institucional en zonas de concentración nocturna.
- Disminución de la demanda nocturna, que pone en riesgo la sostenibilidad económica del sector.

3.2 Síntesis del Objetivo Específico 2

Los resultados confirman que existe un marco sólido para diseñar estrategias que respondan a los desafíos identificados. Las herramientas del Design Thinking permitieron

transformar problemas en oportunidades mediante la integración de percepciones reales de usuarios y operadores nocturnos. Se establece así una base conceptual y práctica para la elaboración del plan piloto.

3.3 Resultados del Objetivo Específico 3

Proponer un plan piloto con iniciativas que fortalezcan la seguridad y diversifiquen la oferta nocturna en la ciudad de Guayaquil.

3.3.1 Identificación de oportunidades

A partir del análisis de los actores involucrados y de los resultados obtenidos en el proceso de Design Thinking, se identificaron oportunidades vinculadas a la gestión, promoción y organización de los establecimientos de centros nocturnos. El diagnóstico evidenció la necesidad de disponer con herramientas que permitan a los administradores obtener información relevante y optimizar la toma de decisiones operativas.

En estas circunstancias, se da la oportunidad de implementar una solución digital que funcione como un instrumento de apoyo para los establecimientos, facilitando el registro de usuarios, promociones y el fortalecimiento de los protocolos internos. Esta herramienta permite a los negocios tener información estructurada y actualizada que coopere a una operación más ordenada y eficiente.

Además, se reconoce la posibilidad de reforzar la coordinación entre las asociaciones y los establecimientos del sector nocturno a través de una plataforma compartida entre establecimientos, que facilite el intercambio de información importante, más no personal, fomente buenas prácticas y optimice la experiencia del cliente sin hacer promesas inalcanzables. Estas oportunidades suponen un avance significativo para que la actividad nocturna de la ciudad se vuelva más sostenible y profesional.

3.3.2 Priorización estratégica

La priorización estratégica se enfocó hacia propuestas que generan un impacto directo en la organización interna de los establecimientos y en la gestión de sus actividades comerciales, teniendo en cuenta estándares de practicidad, viabilidad y pertinencia con el contexto del sector nocturno.

Las estrategias priorizadas incluyen:

- Diseño e implementación de una aplicación digital dirigida a los administradores de los centros nocturnos, con el objetivo de simplificar la administración de datos, promociones y registros que se generan por medio de la interacción con los clientes.
- Consolidación de datos como soporte para toma de decisiones internas, acatando las normativas actuales sobre la protección de datos personales.
- Creación de sistemas digitales promocionales que estimulen a los usuarios a participar por medio de beneficios, sorteos y promociones que cada establecimiento determine.
- Potenciar la colaboración entre las asociaciones y los establecimientos del sector, empleando la información producida por la plataforma como insumo para optimizar sus procesos.

La selección de estas estrategias se basó en criterios de factibilidad, impacto en la reactivación económica, aceptación ciudadana y alineación con las capacidades de los actores involucrados.

3.3.3 Problemas y oportunidades integrados

El análisis descubrió que los desafíos más importantes a los que se enfrentan los centros nocturnos están vinculados con la escasez de información para la gestión interna, la

ausencia de herramientas tecnológicas adecuadas y el desafío de captar y mantener a los clientes en un entorno urbano complejo.

Estas limitaciones afectan directamente la llegada de visitantes y la estabilidad financiera de los negocios, lo que hace necesario encontrar soluciones que respalden el control interno, la promoción y organización de sus operaciones.

Simultáneamente, se descubrieron oportunidades como el deseo de los clientes de acceder a beneficios y promociones, así como la disposición de los gerentes para adoptar herramientas digitales que les ayuden en su gestión cotidiana.

La integración de estas oportunidades y problemas ha permitido el diseño de una propuesta basada en la creación de una aplicación enfocada en los establecimientos, diseñada como un instrumento operativo e informativo. Esta solución intenta aumentar la habilidad de las empresas para manejar sus operaciones, sin prometer resultados que no estén directamente bajo su control.

3.3.4 Validación del Objetivo 3

La validación del Objetivo Específico 3 se realizó mediante los hallazgos obtenidos en el diagnóstico, las necesidades que se detectaron en los establecimientos y la posibilidad de poner en marcha una herramienta digital para apoyar la gestión nocturna.

La propuesta se alinea con el problema principal detectado, pues sugiere una solución que favorece la organización de información y la puesta en práctica de estrategias comerciales establecidas por los mismos establecimientos. Los administradores tienen acceso a una plataforma que simplifica la administración de registros y promociones mediante la aplicación “El Spot”, sin reemplazar los procedimientos ni las obligaciones internas de cada empresa.

Además, la propuesta se enlaza con los objetivos previos del proyecto, incorporando las percepciones y las habilidades del sector nocturno. En cuanto a impacto, se espera que la planificación de las operaciones y la implementación de actividades comerciales mejoren. La herramienta posibilita correcciones graduales, una evaluación constante y la posibilidad de escalar, lo que asegura su ajuste a diferentes situaciones en términos de sostenibilidad.

3.3.5 Conexión con el plan piloto

Los resultados obtenidos respaldan la creación del plan piloto, el cual se basa en implementar una aplicación digital dirigida a los gestores de centros nocturnos. Los administradores mostraron que necesitan instrumentos que potencien la administración de sus empresas y optimicen su competitividad, mientras que los consumidores expresaron interés en acceder a beneficios.

El plan piloto incorpora los siguientes componentes a través de la utilización de “El Spot” como plataforma de soporte operativo, lo que permite la centralización de datos, la administración de ofertas y el fomento del diálogo entre los establecimientos. Además, la propuesta incluye la creación de indicadores y alertas internas que puedan ser utilizados para que los administradores reconozcan comportamientos, incidencias anteriores o registros de interacción con otros establecimientos; todo esto sin que la herramienta tome decisiones, ni reemplace el juicio del personal a cargo.

Este enfoque fue analizado de forma preliminar con un profesional del área legal y un delegado en protección de datos para garantizar que el manejo de la información se mantenga dentro del marco regulatorio vigente, cumpliendo con los principios de confidencialidad, uso responsable y propósito específico de los datos. En este contexto, la aplicación se considera como una ayuda informativa que facilita a cada establecimiento el poder determinar y poner

en práctica sus propios procedimientos internos de actuación, conforme a sus responsabilidades y políticas.

Así, el plan piloto establece los cimientos de una propuesta que puede crecer, en la cual los centros nocturnos tienen la capacidad de reforzar sus procesos de control, organización y prevención a través del uso de información estructurada, sin comprometerse a promesas de seguridad, ni transferir responsabilidad a la plataforma.

3.4. Elección de las estrategias y descripción de la solución propuesta

A partir del análisis de la problemática asociada a la disminución de la participación en la vida nocturna de la ciudad de Guayaquil, se identificó la necesidad de implementar estrategias que no se limiten a campañas informativas o acciones aisladas, sino que aporten herramientas prácticas para la gestión cotidiana de los centros de esparcimiento nocturno. En este sentido, se determinó que una solución de carácter digital permitiría atender de manera integral las limitaciones relacionadas con la organización de la información, la planificación operativa y la coordinación entre los actores involucrados en la actividad nocturna.

Bajo este enfoque, se propone el desarrollo de la aplicación móvil *El Spot*, concebida como una plataforma de apoyo operativo orientada prioritariamente a los establecimientos nocturnos. La aplicación tiene como objetivo centralizar información relevante vinculada a la operación de los locales, integrar funcionalidades de gestión y facilitar la aplicación de protocolos internos definidos por cada establecimiento, sin intervenir directamente en la toma de decisiones, ni asumir responsabilidades propias de los prestadores de servicios.

La propuesta parte del reconocimiento de que la inseguridad y la percepción de riesgo han modificado el comportamiento de los consumidores y la dinámica de los establecimientos. Sin embargo, en lugar de prometer entornos completamente seguros *El Spot* se enfoca en fortalecer la organización de los centros nocturnos, promoviendo una gestión

más estructurada y preventiva. De esta manera, la herramienta contribuye a generar condiciones que favorecen la confianza, la planificación y la sostenibilidad de la vida nocturna, sin sustituir los protocolos ni criterios propios de cada local.

3.4.1. Brainstorming

Esta herramienta nos permitió proponer varias soluciones enfocadas en disminuir los impactos negativos sobre la vida nocturna en Guayaquil identificados en las etapas anteriores con el fin de mejorar y promover la visita a estos establecimientos en el ocio nocturno. Las propuestas de tipo tecnológico, institucional y operativo orientadas a reforzar la seguridad, la confianza ciudadana y el control, son las que más sobresalen entre las propuestas sugeridas *(Véase en Anexo I)*.

Una de las propuestas es la creación de una aplicación móvil, diseñada para ser un instrumento de control de acceso, identificación y fidelización de los usuarios. Esta aplicación simplificará la regulación del ingreso a bares y discotecas. Asimismo, se propuso el fortalecimiento de las alianzas entre el sector público y privado para facilitar la coordinación de actividades como de seguridad, logística y promoción, incluyendo una gestión de transporte seguro por la noche.

De igual manera, se propuso la coordinación de actividades recreativas y culturales de noche, como circuitos de ocio y eventos temáticos, con el objetivo de atraer a más personas hacia zonas estratégicas de la ciudad y diversificar la oferta. Para promover comportamientos responsables, prevenir riesgos y optimizar la percepción de seguridad en el ámbito nocturno, estas acciones se complementan con campañas de comunicación y sensibilización.

Por último, entre las propuestas de la lluvia de ideas incluyeron mejoras del espacio urbano, como hacer más visible la señalización y las medidas de seguridad en los negocios,

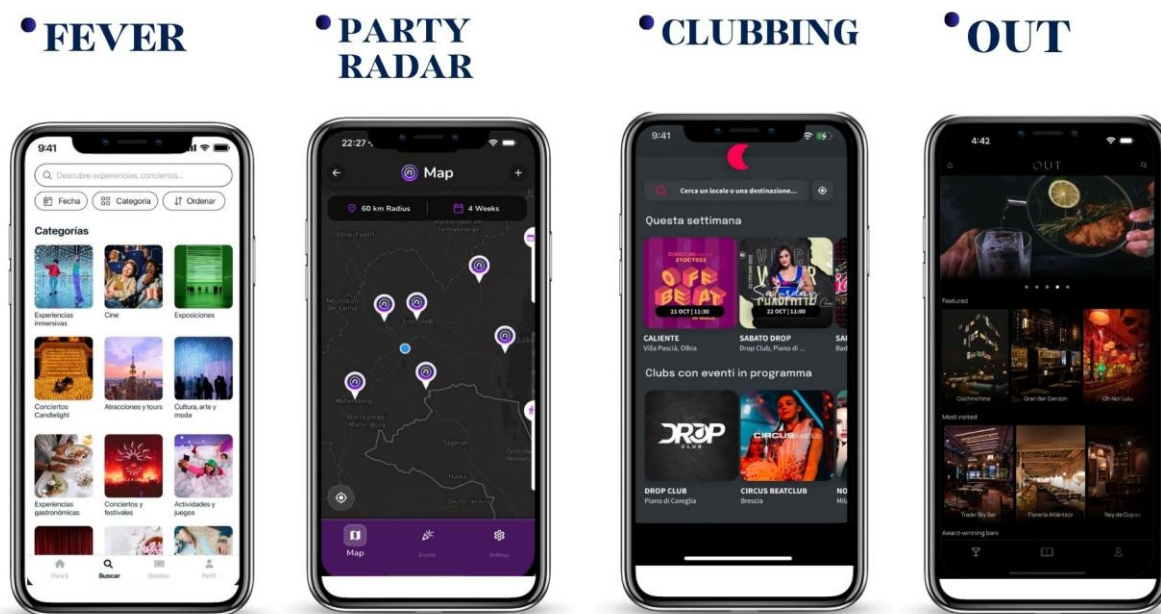
así como reforzar la iluminación. El propósito de estas propuestas es generar un entorno más seguro, atractivo y ordenado. En conjunto, estas ideas sentaron las bases para estructuración de una propuesta integral de intervención orientada a la reactivación de la vida nocturna en Guayaquil.

3.4.2. Benchmarking

Para respaldar el avance de la aplicación “El Spot”, se llevó a cabo un análisis comparativo de plataformas digitales dirigidas a la vida nocturna, la promoción de eventos y el enlace entre los establecimientos y sus clientes. Para este análisis se eligió punto de referencia aplicaciones empleadas en Colombia y otros países. Se tuvo en cuenta que el país es un caso importante para estudiar, ya que ha lidiado con situaciones difíciles relacionadas a la seguridad, pero aun así ha conseguido una reactivación gradual de turismo y de la vida nocturna por medio de estrategias combinadas.

Las aplicaciones que se han estudiado son “Fever”, dedicada a la compra y descubrimiento de boletos para experiencias y eventos en vivo; “Party Radar”, se concentra en encontrar discotecas, fiestas y eventos; “Clubbing”, permite el ingreso a eventos usando códigos QR; “OUT”, es una aplicación centrada en experiencias urbanas y bares de la ciudad.

Ilustración 12 Benchmarking realizado a distintas aplicaciones



Basándonos en este análisis comparativo, se detectó una oportunidad clara de integración como: reunir en una plataforma única funcionalidad que hoy están repartidas en diferentes aplicaciones, adoptando un enfoque basado en los establecimientos. “El Spot”, se presenta como un instrumento que combina promoción, interacción con la clientela y administración de información, produciendo ventajas para los administradores de centros nocturnos.

Así, el benchmarking apoya la propuesta de valor de “El Spot” al evidenciar que, aunque hay soluciones individuales en el mercado, no se ha encontrado una plataforma que reúna estas funcionalidades desde un enfoque estratégico orientada en la administración del sector nocturno y ajustada a la realidad local.

3.4.3. Estructura general del prototipo

El prototipo de *El Spot* se estructura en dos modos diferenciados en función del tipo de usuario y su rol dentro del sistema: **modo consumidor** y **modo establecimiento**. Esta

segmentación responde a la necesidad de adaptar las funcionalidades de la plataforma a las responsabilidades y expectativas de cada actor.

Esta estructura dual permite que la plataforma funcione como un sistema integrado, en el que la interacción entre consumidores y establecimientos genera información útil para ambos, manteniendo siempre como prioridad el fortalecimiento de la gestión de los centros nocturnos como actores clave en la reactivación de la vida nocturna en Guayaquil.

Modo consumidor

El modo consumidor está diseñado como un canal de acceso a información clara y organizada que facilita la planificación de la salida nocturna. El acceso a la plataforma se realiza mediante un registro previo del usuario en la aplicación, a partir del cual se genera un código QR único. Este código permite al consumidor identificarse en los establecimientos afiliados y acceder a los beneficios, promociones y funcionalidades disponibles dentro de la plataforma (*Véase en Anexo J*).

Una vez registrado, el usuario puede acceder a las siguientes secciones:

- **Home:** donde se visualizan eventos destacados, promociones activas y novedades de los establecimientos afiliados.
- **Mapa interactivo:** que permite identificar establecimientos verificados según ubicación, sector y tipo de local.
- **Eventos y promociones:** espacio destinado a la difusión de fiestas temáticas, presentaciones y beneficios exclusivos.
- **Asistente virtual con inteligencia artificial:** orientado a resolver dudas frecuentes, brindar recomendaciones y facilitar el acceso a la información, con soporte en varios idiomas.

- **Conductor designado:** iniciativa que promueve la movilidad responsable, permitiendo que uno de los integrantes del grupo se registre como conductor designado, acceda a beneficios definidos por el establecimiento y restrinja voluntariamente el consumo de bebidas alcohólicas durante su permanencia en el local.
- **Transporte seguro:** apartado que integra contactos de conductores de confianza vinculados a los establecimientos, facilitando una salida organizada y reduciendo la incertidumbre relacionada con el traslado nocturno.

Adicionalmente, el modo consumidor incorpora un sistema de calificación y retroalimentación, mediante el cual los usuarios pueden valorar su experiencia tanto con el establecimiento como con la plataforma. En caso de que el usuario desee dejar un comentario o sugerencia, esta información será enviada de manera interna al establecimiento, sin ser visible públicamente, con el fin de apoyar procesos de mejora continua.

Modo establecimiento

El modo establecimiento constituye el eje central de la propuesta y está dirigido exclusivamente a los dueños, administradores y personal autorizado de los centros nocturnos afiliados. En este modo, *El Spot* funciona como una herramienta de apoyo informativo y organizativo para la gestión interna del establecimiento. (*Véase en Anexo K*)

Mediante el escaneo del código QR presentado por el visitante al momento del ingreso, el sistema permite visualizar información estructurada que sirve como referencia operativa, como la confirmación de la mayoría de edad y la existencia de registros previos relacionados con incidentes en otros establecimientos afiliados.

De forma complementaria, en aquellos casos en los que el establecimiento aplique su protocolo habitual de control solicitando la cédula de identidad, los datos básicos del visitante

pueden ser ingresados por el personal autorizado del local. Si el sistema no registra información previa del usuario, se genera un registro básico, el cual permite organizar la información para futuras visitas. De esta manera, la plataforma contribuye a la organización de datos, al apoyo del control de ingreso y a la gestión interna de los establecimientos, sin sustituir sus procedimientos habituales.

Es importante señalar que la aplicación no autoriza ni niega ingresos, no emite sanciones automáticas y no excluye a los usuarios. La información presentada tiene un carácter informativo y preventivo, y la decisión final respecto al ingreso o permanencia de un visitante recae exclusivamente en el establecimiento, de acuerdo con sus criterios internos y protocolos propios.

Adicionalmente, el modo establecimiento permite:

- La gestión y difusión de eventos y promociones.
- El registro interno de observaciones o incidencias.
- El acceso a calificaciones y comentarios internos enviados por los consumidores, los cuales no son públicos y permiten identificar oportunidades de mejora en el servicio.
- El uso de indicadores generales que facilitan la planificación operativa y la mejora continua.

3.4.5 Protocolos, legalidad y protección de datos

El tratamiento de la información gestionada a través de *El Spot* se enmarca en un uso legal y responsable de los datos personales, conforme a la normativa vigente. Los protocolos de actuación no se encuentran integrados directamente dentro de la aplicación, sino que forman parte de una fase complementaria del proyecto que contempla capacitaciones dirigidas a los establecimientos afiliados.

A través de estas capacitaciones, cada establecimiento define y adapta sus propios protocolos frente a distintas situaciones operativas, tales como observación reforzada, acompañamiento del cliente o control interno del consumo. El enfoque de estos protocolos es preventivo y no excluyente, promoviendo buenas prácticas operativas sin vulnerar derechos ni trasladar responsabilidades legales a la plataforma.

3.4.6. Beneficios de la propuesta

La implementación de **El Spot** genera beneficios para los distintos actores involucrados. Los consumidores acceden a información organizada y confiable que les permite planificar mejor su experiencia nocturna. Los establecimientos cuentan con una herramienta que apoya la gestión operativa, el control de ingreso, la organización de información y la aplicación de protocolos propios. Asimismo, la plataforma facilita la retroalimentación interna y la coordinación sectorial, contribuyendo a la reactivación progresiva y sostenible de la vida nocturna en Guayaquil.

3.5. Componente financiero y económico

El presupuesto del proyecto El Spot fue elaborado a partir de un proceso de cotización directa con profesionales y empresas vinculadas a cada una de las fases planteadas, con el objetivo de estimar costos realistas y acordes a la implementación de un plan piloto. Las cotizaciones se obtuvieron tanto de manera verbal como mediante documentación formal, según la naturaleza de cada servicio, permitiendo estructurar un presupuesto coherente con el alcance y la viabilidad del proyecto.

En la Fase 1: Diseño y planificación, el costo estimado se obtuvo a partir de una cotización verbal realizada por un diseñador de contenido, considerando actividades como la definición de la estructura de la aplicación, diseño de flujos, bocetos de baja fidelidad y

diseño visual del prototipo. Esta fase permitió establecer las bases conceptuales y gráficas necesarias para el desarrollo posterior del proyecto.

La Fase 2: Desarrollo tecnológico fue cotizada de manera verbal con un programador de aplicaciones, quien estimó los costos asociados a la programación móvil, la creación de la base de datos, el sistema de registro y códigos QR, la implementación de los modos consumidor y establecimiento, así como pruebas funcionales básicas. Esta fase concentra la mayor inversión debido a su carácter técnico y operativo.

En cuanto a la Fase 3: Cumplimiento legal y protección de datos, el presupuesto se estructuró a partir de dos fuentes. Por un lado, se realizó una cotización verbal con un abogado especializado en derecho digital, quien asesoró sobre aspectos relacionados con el tratamiento de datos personales, términos y condiciones y lineamientos legales aplicables al proyecto. Por otro lado, se contó con una cotización documentada emitida por la empresa SSO Group Ecuador, especializada en seguridad y salud ocupacional, correspondiente a la designación y funciones del delegado de protección de datos personales conforme a la normativa vigente.

Finalmente, la Fase 4: Seguridad y capacitaciones se basó en una cotización verbal realizada con una empresa de seguridad privada, la cual estimó los costos para el desarrollo de protocolos de actuación y la ejecución de capacitaciones dirigidas a los establecimientos afiliados. Esta fase contempla la formación del personal en medidas preventivas, buenas prácticas operativas y aplicación de los protocolos definidos, sin que estos se encuentren integrados directamente dentro de la aplicación.

La suma de estas fases permite contar con un presupuesto total de USD 8.600, diseñado para la implementación de un plan piloto viable y alineado con el objetivo

específico 3, priorizando tanto el desarrollo tecnológico como el cumplimiento normativo y la capacitación de los actores involucrados.

Tabla 3 Tabla de presupuesto realizada bajo cotizaciones

Fases	Concepto	Detalle	Subtotal (USD)
Fase 1	Diseño y planificación	Diseño UX/UI del prototipo, arquitectura de la aplicación, definición de flujos, pruebas de uso	\$800
Fase 2	Desarrollo tecnológico	Programación de la aplicación, base de datos, sistema de registro y QR, modo consumidor y modo establecimiento y marketing inicial	\$4000
Fase 3	Cumplimiento legal y protección de datos	Asesoría legal, elaboración de términos y condiciones, políticas de privacidad, delegado de protección de datos	\$1800
Fase 4	Seguridad y capacitaciones	Desarrollo de protocolos de actuación, capacitaciones a establecimientos, lineamientos operativos y preventivos	\$2000
Total de Inversión			\$8600

3.6. Etapa Validar

La validación del prototipo se realizó mediante un grupo focal de 12 participantes tanto jóvenes como adultos que realizan actividades de entretenimiento y vida nocturna en la ciudad de Guayaquil.

En la sesión, se expuso el concepto general del prototipo junto con sus funciones más relevantes (*Véase en el Anexo M*). La propuesta fue muy bien recibida por parte de los participantes durante la sesión, destacaron que existen problemas frecuentes al salir por la noche, sobre todo porque no existe información clara, actual y centralizada acerca de los establecimientos disponibles, las promociones actuales y demás información importante.

Por lo cual se creó una matriz feedback (*Véase en el Anexo L*) en la cual evalúa cuatro categorías, ¿qué funciona?, ¿qué se puede mejorar?, ¿qué pregunta nos hacen?, ¿qué idea nos proponen? Tras la realización de la matriz se puede destacar que los participantes indicaron que hoy en día el procedimiento de tomar decisiones suele ser improvisado, se basan en recomendaciones de amigos o de redes sociales como TikTok e Instagram, lo que a veces provoca confusión y pérdida de tiempo, esto hace que salgan sin tener claro a qué establecimiento ir ni que ofrece cada establecimiento.

En este contexto, la aplicación fue percibida como útil ya que permitirá:

- Obtener información clara y confiable en un solo sitio.
- Evitar la búsqueda dispersa en varias plataformas de redes sociales.
- Planear la salida con más orden y seguridad.
- Decidir rápidamente al momento de salir.

Asimismo, la seguridad se convirtió en un eje central del valor percibido. Los participantes resaltaron características como el transporte seguro, los lugares verificados y las medidas que implementan, viéndolas esenciales para salir con más tranquilidad. La mayor parte de los participantes expresaron que si descargarían la aplicación si estuviera disponible en este momento, lo que respalda el potencial de adopción del prototipo.

CAPÍTULO 4

4. Conclusiones y Recomendaciones

4.1. Conclusiones del análisis de la percepción y experiencia del consumidor

El análisis de la percepción y experiencia del consumidor permitió identificar que la inseguridad constituye el principal factor que condiciona la participación en la vida nocturna de Guayaquil. Los consumidores manifiestan un interés latente por retomar actividades de esparcimiento nocturno; sin embargo, este interés se ve limitado por el temor asociado a los desplazamientos, la falta de información clara y la escasa confianza en el entorno urbano nocturno.

Asimismo, se evidenció que los consumidores priorizan la seguridad por encima de otros factores como el precio, el ambiente o la ubicación del establecimiento, lo que confirma que cualquier estrategia de reactivación debe enfocarse, en primera instancia, en fortalecer la percepción de orden, organización y control. La experiencia del consumidor no depende únicamente del interior del establecimiento, sino del recorrido completo que implica salir de noche, desde la planificación hasta el retorno al hogar.

4.2. Conclusiones del análisis de la percepción y experiencia del administrador

Desde la perspectiva de los administradores y dueños de centros nocturnos, la investigación evidencia un sector que reconoce su potencial económico y cultural, pero que enfrenta importantes limitaciones operativas derivadas de la disminución de la demanda y la falta de apoyo institucional. Los administradores perciben la inseguridad como un problema estructural que excede sus capacidades individuales, afectando no solo la llegada de clientes, sino también la logística interna y la estabilidad del personal.

No obstante, se identifica una disposición positiva hacia la adopción de herramientas innovadoras y estrategias que contribuyan a mejorar la gestión, organización y promoción de los establecimientos. Los administradores valoran especialmente las soluciones que respetan su autonomía operativa y que funcionan como apoyo informativo, más que como mecanismos de control externo.

4.3 Conclusiones sobre la propuesta de la plataforma digital

La propuesta desarrollada en esta investigación evidencia que las soluciones tecnológicas pueden desempeñar un rol estratégico en la reactivación de la vida nocturna, siempre que estén diseñadas desde un enfoque realista, preventivo y centrado en los actores involucrados. La aplicación *El Spot* se configura como una herramienta de apoyo operativo que contribuye a la organización de la información, la planificación de actividades y la mejora de la experiencia nocturna, sin sustituir las responsabilidades legales ni los criterios internos de los establecimientos. La propuesta se alinea con los principios del Design Thinking al responder a necesidades reales identificadas en el diagnóstico, integrando seguridad, gestión y experiencia del usuario en un solo sistema. De este modo, la aplicación se presenta como un facilitador de procesos y no como una solución absoluta al problema de la inseguridad.

4.4. Conclusiones de la validación del prototipo

La validación del prototipo, realizada mediante un grupo focal con consumidores, permitió confirmar la pertinencia y el valor percibido de la propuesta. Los participantes destacaron la utilidad de contar con una plataforma que centralice información sobre establecimientos, promociones y opciones de transporte, reduciendo la improvisación y el tiempo invertido en la toma de decisiones al salir de noche.

Además, se evidenció una alta intención de descarga y uso de la aplicación, lo que refleja una aceptación positiva del prototipo y su potencial de adopción en un contexto real. Aunque la validación del prototipo aún se encuentra en proceso, los resultados obtenidos respaldan la viabilidad de la propuesta y sugieren que *El Spot* puede contribuir de manera significativa a mejorar la planificación, la percepción de seguridad y la experiencia de la vida nocturna en Guayaquil.

4.5. Recomendaciones

Se recomienda, con base en los resultados obtenidos, potenciar la coordinación entre el sector público y los centros nocturnos, dando prioridad a las acciones conjuntas que ayuden a optimizar la percepción de seguridad en la zona urbana durante la noche. El patrullaje preventivo, la mejora de la iluminación y la organización de la movilidad nocturna son intervenciones que tienen el potencial de aumentar la confianza del consumidor y facilitar que las actividades de entretenimiento nocturno se reanuden. Asimismo, se recomienda fomentar políticas públicas que consideren la vida nocturna como un eje esencial del turismo en las ciudades y de la economía local.

Además, se recomienda a los centros nocturnos que mantengan y fortalezcan sus procedimientos internos de organización, atención al cliente y seguridad, implementando instrumentos que respalden la planificación de sus actividades y la gestión operativa. La capacitación constante de los empleados y la organización adecuada de información relevante puede ayudar a tener una gestión más eficaz y sostenible. El uso gradual de soluciones digitales puede favorecer una gestión más organizada sin sustituir los protocolos ni las responsabilidades propias a cada establecimiento.

Con respecto a la propuesta, se aconseja seguir con la validación del prototipo y aumentar la colaboración de los administradores y los consumidores para mejorar las

funcionalidades y contenidos de la plataforma. Su implementación se recomienda que sea de forma progresiva, comenzando con un plan piloto para así poder evaluar su aceptación, viabilidad e impacto antes de una posible expansión.

Por último, se recomienda que futuras investigaciones examinen más a fondo el efecto de la vida nocturna en la economía local y evalúen cuán eficaces son las estrategias organizativas y tecnológicas en entornos urbanos con problemas parecidos de inseguridad.

Bibliografía

Alcaldía de Guayaquil. (2025, 4 de agosto). *Turistas califican a Guayaquil como una ciudad que enamora por su hospitalidad, cultura y gastronomía.*

<https://www.guayaquil.gob.ec/turistas-califican-a-guayaquil-como-una-ciudad-que-enamora-por-su-hospitalidad-cultura-y-gastronomia/>

Asamblea Nacional, Ediciones Legales (2020). *Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.*

Congreso Nacional. <https://www.dpe.gob.ec/wp-content/dpetransparencia2012/literala/BaseLegalQueRigeLaInstitucion/LeyOrganica-delConsumidor.pdf>

Ashworth, G. & Page, S.J. (2011). *Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. Tourism Management, 32(1), 1-15.*

Barbará, Y. (2021). *Apuntes de cátedra: Elaboración del árbol de problemas y de objetivos.*

Cátedra de Planificación Social, Licenciatura en Ciencia Política, Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario.

Boullón (2006). *Las actividades turísticas y recreacionales: el hombre como protagonista, 3era edición, México: Trillas, 1990*

Cabrera Méndez, M. (2010). *Introducción a las fuentes de información.*

<https://riunet.upv.es/handle/10251/7580>

Calle Lituma, N. (2024). *Matriz de Involucrados.*

Castro Moreno, F. (2022). *Técnicas para el desarrollo del pensamiento creativo: SCAMPER, Brainstorming, Mapa mental, Lista de atributos, Analogías, Da Vinci o Morfológica*

[Examen de Suficiencia Profesional, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Facultad de Agropecuaria y Nutrición]. Lima, Perú.

Fernández Iglesias, M. J. (2020) Prototipado rápido en Design Thinking. Technical Report JWNRA. Departamento de Ingeniería Telemática. Universidad de Vigo.

Garzón Ospina, O. (2019). Percepción de seguridad ciudadana y desarrollo: estudio de Bogotá (2019). Universidad de los Andes. Disponible en:
<https://hdl.handle.net/1992/50888>

Gutiérrez, O. (2009). Bases para un plan de marketing urbano.
<https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942159011.pdf>

López L, Jasso. (2015). ¿Por qué la gente se siente insegura en el espacio público? Tesis de posgrado. Centro de Investigación y Docencia Económicas, A.C., México D.F.

Lopezosa, C. (2020). Entrevistas semiestructuradas con NVivo: pasos para un análisis cualitativo eficaz. Universitat Pompeu Fabra.
<https://repositori.upf.edu/items/ce04bb94-d589-43ef-9cdb-e0d8e24333ea/full>

Ministerio de Turismo, Ehlers, F., & Jalkh, G, (2010). Regulación de Venta de Bebidas Alcohólicas. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/ACUERDO-1470-EXPENDIO-DE-BEBIDAS-ALCOHOLICAS-EN-ESTABLECIMIENTOS-TURISTICOS-Y-NO-TURISTICOS.pdf>

Ministerio de Turismo, Ponce, E. (2018). Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas. Acuerdo Ministerial 53. https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf

Ministerio del Interior, (2024). *Ley Orgánica de Vigilancia y Seguridad Privada.*

<https://www.ministeriodelinterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2025/08/LOVSP.pdf>

Noreña, A. L., Alcaraz-Moreno, N., Rojas, J. G., & Rebolledo-Malpica, D. (2012).

Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa.

Aquichan, 12(3), 263–274. <https://doi.org/10.5294/aqui.2012.12.3.5>

Ponce Talancón, H., (2007). *La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. Enseñanza e Investigación en Psicología*, 12 (1), 113-130.

Prefectura Ciudadana del Guayas, (2024). *Plan Provincial de Seguridad Ciudadana y Convivencia Social Pacífica del Guayas. Gobiernos Autónomos Provinciales del Ecuador.* <https://guayas.gob.ec/wp-content/uploads/dmdocuments/noticias/Plan-de-Seguridad-Guayas-final.pdf>

Redacción Primicias. (2025, 24 de junio). *Las muertes violentas tienen horario y motivo en Guayaquil, también escenario: el 77% ocurre en la vía pública. Primicias.* <https://www.primicias.ec/seguridad/muertes-violentas-horario-motivo-guayaquil-escenario-via-publica-victimas-delito-asesinatos-99146/>

Riveros Montiel, T. (2024). *Los mapas de empatía: una herramienta para evaluar las necesidades y motivaciones del turista. Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 8 (1), 139-164. <https://doi.org/10.16758/riturem.v8i1.17245>

Vives, M. & Meneses, W. (2023). *Innovación en ocio nocturno para la sostenibilidad de establecimientos de la ciudad de bahía de Caráquez. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.*

Zambrano, M. & Castro, J. (2021). *El marketing urbano como estrategia de posicionamiento de la ciudad de Manta como marca mundial*. Polo del Conocimiento, 6(10), 931-945.

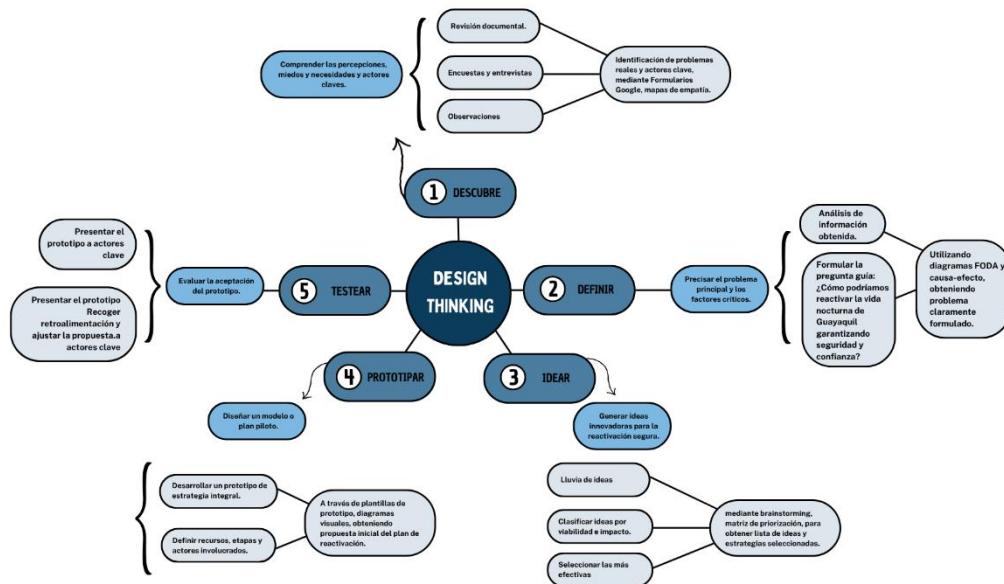
<https://doi.org/10.23857/pc.v6i10.3450>

Anexos

Anexo A



Anexo B



Anexo C

ENCUESTA SOBRE LA VIDA NOCTURNA EN GUAYAQUIL

Estimado/a participante:

La presente encuesta tiene como objetivo conocer los hábitos, percepciones y necesidades de los jóvenes y adultos que disfrutan de la vida nocturna en Guayaquil, con el fin de diseñar estrategias que promuevan espacios de esparcimiento más seguros y atractivos.

Tu participación es completamente voluntaria; los datos serán utilizados únicamente con fines académicos.

Agradecemos sinceramente tu colaboración.

Duración aproximada: 5 minutos.

(Filtro de selección)

1. ¿Resides actualmente en la ciudad de Guayaquil?

- Sí
 - No
2. ¿Tienes entre 18 y 40 años?
- Sí
 - No
3. ¿Sueles participar en actividades o espacios de vida nocturna (bares, discotecas, conciertos, festivales, etc.)?
- Sí, frecuentemente
 - Ocasionalmente
 - No (se abre siguiente pregunta)

¿Cuáles son los factores por los que no realiza actividades de vida nocturna?

- Falta de seguridad
 - Falta de transporte seguro
 - Precios elevados
 - Malas experiencias anteriores
 - Otros: _____
-

Sección A: Frecuencia y tipo de actividades nocturnas

4. ¿Con qué frecuencia sales a disfrutar de la vida nocturna en Guayaquil?
- Más de una vez por semana
 - Una vez por semana

- Dos o tres veces al mes
 - Una vez al mes
 - Rara vez
5. ¿Qué tipo de lugares sueles frecuentar con mayor regularidad? (*Puedes marcar más de una opción*)
- Bares o lounges
 - Discotecas o clubes
 - Restaurantes o rooftops
 - Conciertos o festivales
 - Espacios públicos (malecones, parques, etc.)
 - Otros: _____
6. ¿Con quién sueles asistir a estos lugares?
- Amigos/as
 - Pareja
 - Familia
 - Solo/a
-

Sección B: Percepción de seguridad y transporte

7. ¿Qué tan seguro/a te sientes al salir de noche en Guayaquil?
- Muy seguro/a

- Algo seguro/a
- Poco seguro/a
- Nada seguro/a

8. ¿Has dejado de asistir a algún lugar o evento nocturno por motivos de inseguridad?

- Sí
- No

9. ¿Qué medios de transporte usas normalmente para movilizarte durante la noche?

(Puedes marcar más de una opción)

- Vehículo propio
- Taxi o aplicaciones (Uber, InDriver, etc.)
- Transporte público
- Caminando
- Otro: _____

10. ¿Qué medidas de seguridad consideras más importantes para mejorar la vida nocturna?

- Mayor presencia policial
- Iluminación y cámaras en las zonas
- Transporte seguro nocturno
- Campañas de concientización
- Otras: _____

Sección C: Preferencias y expectativas

11. ¿Qué aspectos influyen más en tu decisión de asistir a un lugar nocturno?

- Seguridad
- Precio
- Ambiente
- Calidad del servicio
- Ubicación

12. ¿Estarías dispuesto/a a usar una aplicación o plataforma que promueva espacios nocturnos seguros y con descuentos?

- Sí
- Tal vez
- No

13. ¿Qué tipo de información te gustaría que esta aplicación o campaña te ofreciera?

- Recomendaciones de lugares seguros
 - Promociones o descuentos
 - Opiniones de otros usuarios
 - Eventos disponibles
 - Medidas de seguridad
-

(Datos de clasificación)

14. Sexo o género:

- Femenino
- Masculino
- Prefiero no decirlo
- Otro: _____

15. Edad:

- 18 a 24 años
- 25 a 30 años
- 31 a 35 años
- 36 a 40 años

16. Nivel de educación:

- Secundaria completa
- Universitaria en curso
- Universitaria completa
- Posgrado

17. Ocupación principal:

- Estudiante
- Empleado/a
- Emprendedor/a

- Otro: _____

Anexo D

GUÍA DE ENTREVISTA 1: DUEÑOS O ADMINISTRADORES DE CENTROS NOCTURNOS EN GUAYAQUIL

Proyecto: Reactivación segura de la vida nocturna en Guayaquil en un contexto de inseguridad

Tipo de entrevista: Semiestructurada individual

Entrevistador/a: Burgos Eloísa y Campos Kathya

Duración estimada: 25 - 30 minutos

Buenos días/tardes, nos presentamos somos Eloísa Burgos y Kathya Campos, estudiantes de la Escuela Superior Politécnica del Litoral. Estamos realizando un estudio sobre la situación actual de la vida nocturna en Guayaquil, con el objetivo de identificar estrategias que fomenten espacios nocturnos más seguros y atractivos para la ciudadanía. Agradecemos su tiempo y participación. La entrevista tendrá una duración aproximada de 25 a 30 minutos. Con su permiso, la conversación será grabada únicamente para fines académicos, garantizando la confidencialidad total de sus respuestas.

1. Introducción y calentamiento

1. ¿Podría contarme brevemente cómo nació su negocio y qué tipo de público suelen recibir?

2. ¿Cómo ha percibido la evolución del ambiente nocturno en Guayaquil en los últimos años?
-

4. Secciones de la entrevista

Sección A: Contexto y percepción de la vida nocturna

3. ¿Cómo describiría la situación actual de la vida nocturna en Guayaquil?
4. ¿Qué cambios ha notado en la asistencia o comportamiento de los clientes en los últimos años?
5. ¿Cuáles considera que son las principales dificultades que enfrentan los locales nocturnos hoy en día?

Sección B: Seguridad y confianza

6. ¿Qué medidas implementa su establecimiento para garantizar la seguridad de los clientes?
7. ¿Considera que existe suficiente apoyo o coordinación con las autoridades para mantener la seguridad nocturna?
8. ¿Cómo cree que se podría mejorar la percepción de seguridad en la zona donde se encuentra su negocio?

Sección C: Estrategias y propuestas

9. ¿Qué tipo de actividades o innovaciones cree que podrían ayudar a reactivar la vida nocturna en la ciudad?
10. ¿Qué rol considera que podrían tener las campañas o plataformas tecnológicas para promover espacios nocturnos más seguros?

11. ¿Ha participado en iniciativas o colaboraciones con otros locales o instituciones para fomentar la vida nocturna?

Sección D: Futuro y sostenibilidad

12. ¿Cuáles son sus expectativas o planes a futuro respecto al funcionamiento de su negocio en el contexto actual?
13. ¿Qué mensaje le daría a las autoridades o emprendedores que buscan fortalecer la vida nocturna en Guayaquil?
-

5. Agradecimiento y cierre

Muchas gracias por su tiempo y disposición para compartir su experiencia. Su aporte será de gran valor para el desarrollo de estrategias que beneficien tanto a los dueños de establecimientos como a los consumidores de la vida nocturna en Guayaquil.

Anexo E

GUÍA DE ENTREVISTA 2: CONSUMIDORES O VISITANTES

Proyecto: Reactivación segura de la vida nocturna en Guayaquil en un contexto de inseguridad

Tipo de entrevista: Semiestructurada individual

Entrevistador/a: Burgos Eloísa y Campos Kathya

Duración estimada: 25 - 30 minutos

Buenos días/tardes, nos presentamos somos Eloísa Burgos y Kathya Campos, estudiantes de la Escuela Superior Politécnica del Litoral. Estamos realizando un estudio para conocer la percepción y hábitos de las personas que disfrutan de la vida nocturna en Guayaquil, con el propósito de diseñar estrategias que impulsen espacios nocturnos más seguros y dinámicos.

La entrevista durará alrededor de 30 minutos. Con su permiso, grabaremos la entrevista solo para uso académico, y toda la información será tratada de forma confidencial y anónima.

Gracias por tu tiempo y disposición.

1. Introducción y calentamiento

1. ¿Podrías contarme cómo suele ser una noche típica cuando decides salir en Guayaquil?
 2. ¿Qué tipo de lugares disfrutas visitar (bares, discotecas, restaurantes, conciertos, etc.)?
-

2. Secciones de la entrevista

Sección A: Percepción y hábitos

3. ¿Cómo describirías la vida nocturna actual en Guayaquil?
4. ¿Con qué frecuencia sueles salir y qué factores influyen en esa decisión?
5. ¿Qué aspectos te hacen elegir un lugar en lugar de otro (precio, ambiente, ubicación, seguridad, etc.)?

Sección B: Seguridad y experiencias

6. ¿Has vivido o presenciado situaciones de inseguridad durante tus salidas nocturnas?

7. ¿Qué factores te hacen sentir inseguro/a al salir de noche en la ciudad?
8. ¿Qué tan importante es para ti la presencia policial, la iluminación o el transporte seguro al momento de decidir salir?

Sección C: Expectativas y propuestas

9. ¿Qué te motivaría a salir más seguido o explorar nuevos espacios nocturnos en Guayaquil?
10. ¿Consideras que las autoridades o los locales realizan suficientes esfuerzos para fomentar una vida nocturna segura?
11. ¿Qué tipo de iniciativas te parecerían útiles para mejorar la experiencia nocturna (por ejemplo, una app de recomendación segura, campañas de prevención, transporte compartido, etc.)?

Sección D: Opinión

12. ¿Cómo imaginas una vida nocturna ideal en Guayaquil?
13. ¿Qué mensaje darías a los emprendedores o autoridades para que la vida nocturna sea más segura, diversa y atractiva?

5. Agradecimiento y cierre

Te agradezco mucho por compartir tus opiniones y experiencias. Esta información será de gran ayuda para diseñar estrategias que impulsen la vida nocturna de Guayaquil de forma más segura y responsable.

Anexo F

CONSUMIDORES DE LA VIDA NOCTURNA EN GUAYAQUIL

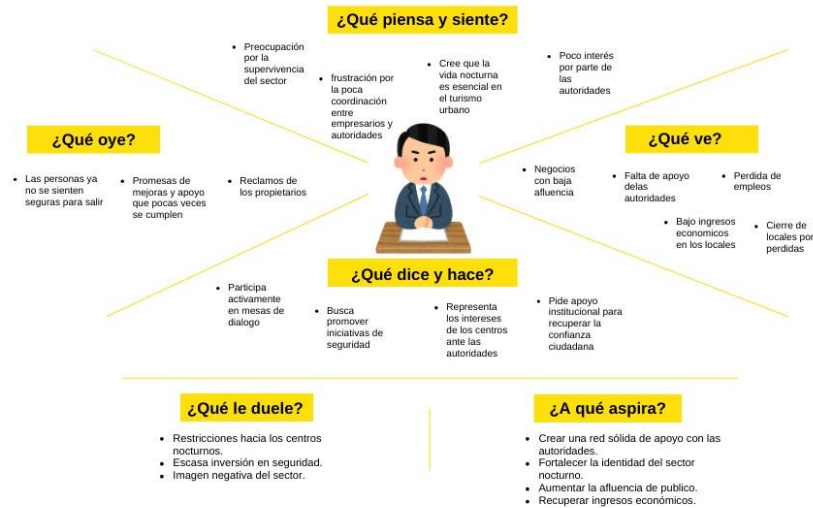
Mapa de Empatía



Anexo H

CLIENTE - PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE CENTROS NOCTURNOS DE GUAYAQUIL

Mapa de Empatía



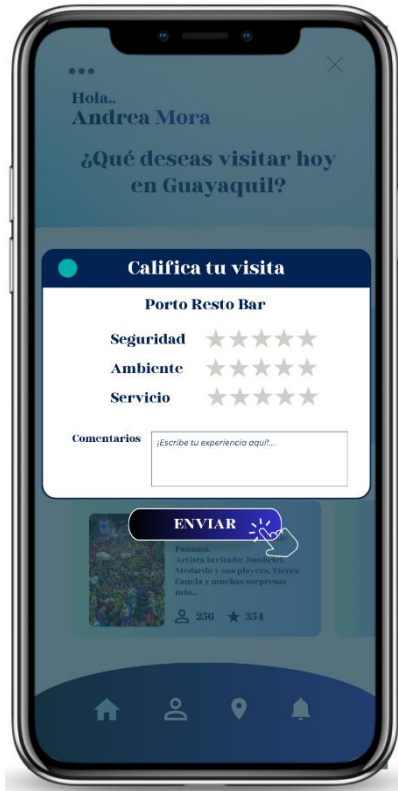
Anexo I



Anexo J







Anexo K



Anexo L

MATRIZ FEEDBACK



Anexo M

