

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

Diseño de un clúster turístico para las provincias del Azuay y del Guayas

Proyecto Integrador

Previo la obtención del Título de:

Licenciado en Turismo

Presentado por:

Karla Belén Caamaño Saltos

Marisleysi Janeth Franco Rodríguez

Guayaquil - Ecuador

Año: 2023

Dedicatoria

El presente proyecto lo dedico a Dios, a mis padres por su constante apoyo, por ser mi fuente de motivación y perseverancia, a mi abuela por confiar en mí. A mis maestros que con sus enseñanzas, conocimientos y experiencias me han inspirado durante estos años de carrera. A mis amistades más cercanas por su compañía y cariño, pero en especial se lo dedico a mi mascota en el cielo, por su amor incondicional y soporte emocional.

Belén Caamaño.

Este proyecto es dedicado a mis padre, hermana y enamorado que estuvieron conmigo a lo largo de mi carrera, me apoyaron y motivaron a seguir adelante. A mis docentes que, con sus conocimientos y pasión por enseñar, me han convertido en una profesional. En especial, al profesor Sebastián Calle que se convirtió en mi ejemplo profesional a seguir.

Marisleysi Franco.

Agradecimientos

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a todos aquellos que contribuyeron al éxito de nuestro proyecto. Agradecemos profundamente a nuestros tutores por su orientación experta, paciencia y apoyo constante a lo largo de este proceso académico.

Además, agradecemos a nuestras familias y amigos por su constante apoyo emocional y motivación. Este proyecto ha sido una experiencia enriquecedora, y estamos agradecidas por la oportunidad de aprender y crecer académicamente. Gracias a todos por formar parte de este logro significativo en mi vida académica.

Belén y Marisleysi

Declaración expresa

Nosotras Belén Caamaño y Marisleysi Franco 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 los autores 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, 29 enero del 2024.



Belén Caamaño



Marisleysi Franco

Evaluadores

Mathías Pecot

Profesor de Materia

Sebastián Calle

Tutor de proyecto

Resumen

Guayaquil y Cuenca forman parte de los tres destinos más visitados en Ecuador con 9.47%, y 8% respectivamente, (siendo parte de las provincias de intervención de este proyecto: Guayas y Azuay), generando así un gran flujo de visitas. Sin embargo, la ineficiente colaboración entre las instituciones públicas de ambas provincias ha desencadenado en el desaprovechamiento turístico de la zona como un todo.

Frente a este antecedente, la Dirección Provincial de Turismo de Guayas, presenta la apertura de trabajar en colaboración del sector público, privado y los visitantes, siendo los prestadores de servicios turísticos, el usuario principal para esta primera fase.

Proponiendo, la creación del primer clúster turístico, que busca crear una visión y participación conjunta entre prestadores de servicios turísticos y los gestores públicos, siendo unificado en un “Manual para la gestión del clúster turístico territorial de cercanía Azuayas”; este contiene un esquema de planificación que redacta cada fase desarrollada, a su vez, posee un apartado de implementación que ayuda al cliente a guiarse, considerar herramientas y aspectos necesarios para completar el proyecto.

Dicha propuesta, demostró que mucho de los actores desconocen la finalidad de un clúster turístico, que es un desafío, pero, que el proyecto tiene gran acogida por todos los actores involucrados, muchos de ellos, mantuvieron una postura de interés a querer pertenecer a la propuesta de unión de ambas provincias, esta información se vio representada mediante las encuestas y entrevistas desarrolladas.

Palabras Clave: Alianza, desarrollo, gobernanza, oferta

Abstract

Guayaquil and Cuenca are part of the three most visited destinations in Ecuador, with 9.47% and 8% respectively (being part of the intervention provinces in this project: Guayas and Azuay), thus generating a significant flow of visitors. However, the inefficient collaboration between the public institutions of both provinces has led to the underutilization of the tourist potential of the area as a whole.

In response to this background, the Provincial Tourism Directorate of Guayas announces its commitment to working collaboratively with the public and private sectors, as well as with visitors. In this regard, the primary users for this initial phase are the tourism service providers.

The proposal involves the creation of the first tourism cluster, aiming to establish a shared vision and collaboration between tourism service providers and public managers. This initiative is consolidated in a "Manual for the Management of the Azuayas Territorial Tourism Cluster," which includes a planning framework detailing each developed phase. Additionally, it features an implementation section that guides clients, considering tools and necessary aspects to complete the project.

The proposal has demonstrated that many stakeholders are unaware of the purpose of a tourism cluster, presenting a challenge. Nevertheless, the project has received widespread support from all involved parties. Many of them expressed interest in being part of the proposal to unite both provinces, as reflected in surveys and interviews conducted.

Key words: *Alliance, development, governance, offer*

Índice General

Evaluadores	5
Resumen.....	6
Abstract	7
Abreviaturas	11
Índice de figuras.....	12
Índice de tablas.....	13
Índice de Gráficos	14
Capítulo 1.....	15
1 Introducción.....	16
1.1 Descripción del problema.....	17
1.2 Justificación del problema.....	19
1.3 Objetivos	21
1.3.1 Objetivo general	21
1.3.2 Objetivos específicos.....	21
1.4 Marco teórico	21
1.4.1 Revisión de la literatura.....	21
1.4.2 Marco legal	27
Capítulo 2.....	30
2 Metodología.....	31
2.1 Marco metodológico de la situación turística y territorial	33
2.1.1 Formulación de Preguntas de Orientación.....	33
2.1.2 Mapa de actores	33
2.1.3 Mapas de empatía	34
2.1.4 QGIS.....	34
2.1.5 Matriz de Valoración de Potencialidad Turística	35

2.1.6	Descripción de hitos y resultados esperados	35
2.2	Marco metodológico para la definición de elementos técnicos	35
2.2.1	Formulación de Preguntas de Orientación.....	36
2.2.2	How might we	36
2.2.3	Trend Analysis.....	36
2.2.4	Descripción de hitos y resultados esperados	37
2.3	Marco metodológico para la validación de la propuesta.....	37
2.3.1	Formulación de Preguntas de Orientación.....	37
2.3.2	Encuesta.....	38
2.3.3	Descripción de hitos y resultados esperados	38
2.4	Criterio de rigor y ética	38
Capítulo 3	40
3	Resultados y análisis.....	41
3.1	Resultados de la situación turística y territorial	41
3.1.1	Proceso de descubrimiento	43
3.1.2	Proceso de empatización	49
3.1.3	Proceso de análisis.....	50
3.2	Resultados asociados con la definición de elementos técnicos.....	51
3.2.1	Benchmarking competitivo.....	51
3.2.2	Ideación	54
3.2.3	Prototipaje.....	55
3.3	Resultados de la validación del clúster turístico	57
3.4	Presentación del prototipo final y propuesta de valor	65
3.5	Análisis económico y financiero	68
Capítulo 4	71
4	Conclusiones y recomendaciones.....	72

4.1	Conclusiones	72
4.1.1	Conclusiones de la situación turística y territorial.....	72
4.1.2	Conclusiones asociadas con la definición de elementos técnicos	72
4.1.3	Conclusiones de la validación del clúster turístico.....	73
4.2	Recomendaciones.....	74
	Referencias.....	75
	Apéndice A.....	78
	Mapa de actores	79
	Mapas de empatía	80
	How might we.....	86
	Entrevistas.....	88
	Encuestas	90
	Fotos	95
	Apéndice B	100
	Poster académico del Proyecto Clúster turístico Azuayas	100
	Apéndice C.....	102
	Guía para la creación del clúster turístico Azuayas	102

Abreviaturas

ESPOL Escuela Superior Politécnica del Litoral

GAD's Gobierno Autónomo Descentralizado

Índice de figuras

Figura 1.	18
Figura 2.	19
Figura 3.	19
Figura 4.	20
Figura 5.	22
Figura 6.	23
Figura 7.	24
Figura 8.	32
Figura 9.	41
Figura 10.	43
Figura 11.	45
Figura 12.	46
Figura 13.	47
Figura 14.	47
Figura 15.	48
Figura 16.	50
Figura 17.	55
Figura 18.	57
Figura 19.	66
Figura 20.	66
Figura 21.	67
Figura 22.	68
Figura 23.	69
Figura 24.	79
Figura 25.	80
Figura 26.	81
Figura 27.	82
Figura 28.	83
Figura 29.	84
Figura 30.	85
Figura 31.	86

Figura 32.....	87
----------------	----

Índice de tablas

Tabla 1.....	53
Tabla 2.....	64

Índice de Gráficos

Gráfico 1.....	58
Gráfico 2.....	59
Gráfico 3.....	59
Gráfico 4.....	60
Gráfico 5.....	61
Gráfico 6.....	61
Gráfico 7.....	62
Gráfico 8.....	63
Gráfico 9.....	63
Gráfico 10.....	64

Capítulo 1

1 INTRODUCCIÓN

La Dirección de Turismo de la provincia del Guayas, ubicada en la zona costera del Ecuador, es una entidad gubernamental encargada de promover y gestionar el turismo en la provincia del Guayas. Su misión es impulsar el desarrollo sostenible del sector turístico, fomentando la preservación de los recursos naturales y culturales, así como la generación de empleo y el crecimiento económico en la región (Prefectura del Guayas, 2018). Esta entidad trabaja en estrecha colaboración con organismos locales, comunidades y empresas privadas del sector turístico para ofrecer a visitantes experiencias enriquecedoras en la provincia del Guayas, que incluye atracciones como playas, parques naturales, sitios históricos y gastronomía variada.

Por otra parte, Ecuador no cuenta con un clúster turístico; a pesar de que, los clústeres turísticos se remontan a la década de 1990, cuando se comenzaron a reconocer como una estrategia efectiva para impulsar el turismo en varias partes del mundo en forma de alianza entre varias zonas para trabajar como un todo.

Aunque el país no disponga de un clúster turístico, es importante destacar el “Plan Nacional De Competitividad Turística” establecido en el 2001, este desarrolla la situación turística de ciudades inmersas en diferentes proyecciones de clústeres como son “Clúster Andes Centro Norte, Clúster Galápagos, Clúster Litoral, Clúster Austro y Clúster Amazonía” este análisis territorial muestra la descripción, atractivos, facilidades, prestadores de servicios turísticos, entre otros, de las zonas de una misma región, sin embargo dicho proyecto no fue llevado a cabo.

Uno de los ejemplos más notables de un clúster turístico exitoso a nivel mundial es proveniente de la Costa del Sol en España. Donde, la región andaluza se enfrentó a problemas económicos durante los años 80, pero a través de la colaboración entre empresas locales,

agencias de viajes, autoridades gubernamentales y otros actores, se transformó en un importante destino turístico. La creación de un clúster turístico permitió una promoción más efectiva, la mejora de la infraestructura y la diversificación de la oferta turística, lo que contribuyó al auge del turismo en el lugar. Esta experiencia y otras similares han llevado a un mayor interés en los clústeres turísticos como un enfoque estratégico para el desarrollo turístico en muchas partes del mundo.

1.1 Descripción del problema

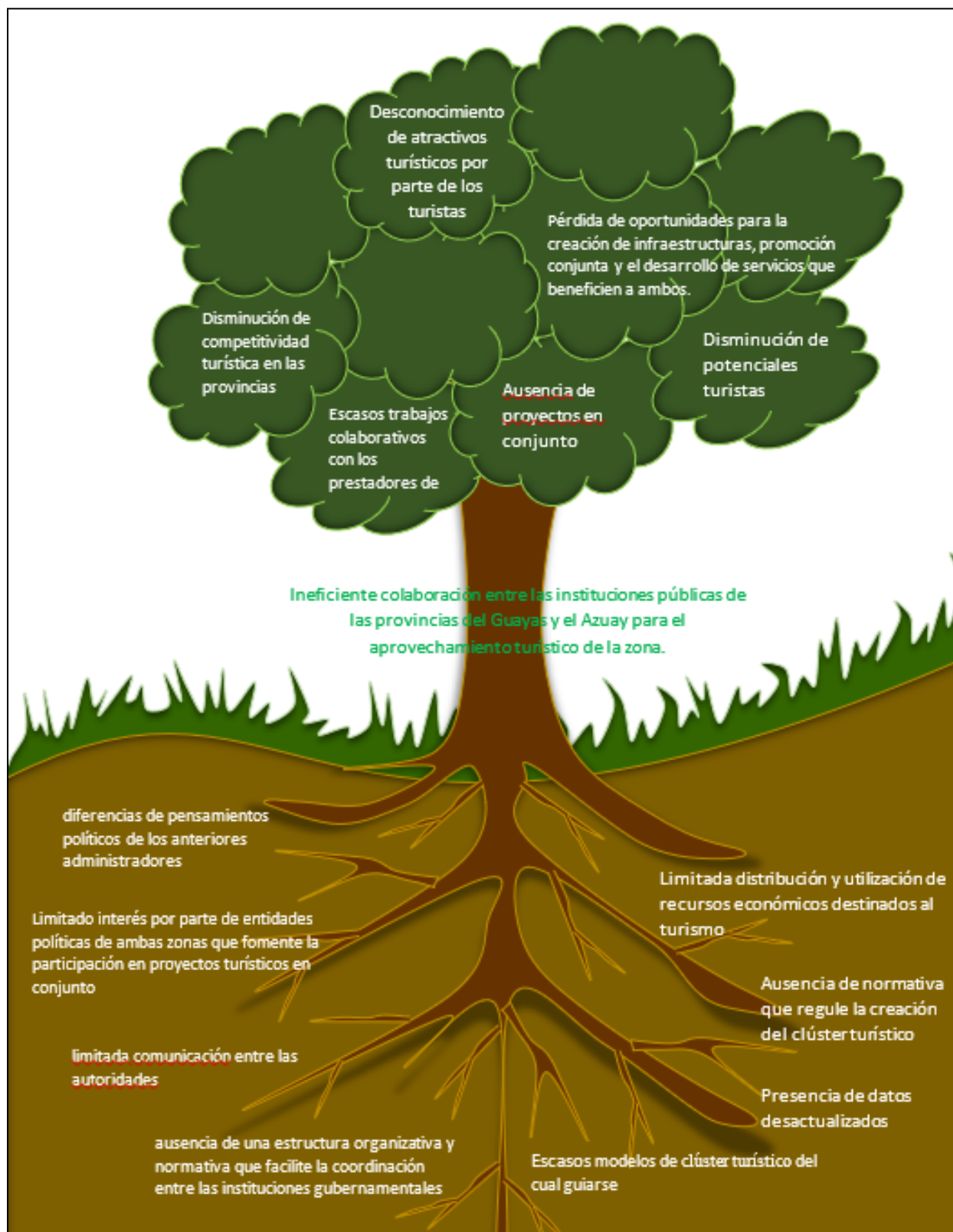
Tras el análisis de fuentes de investigación secundaria y primaria; basadas en el levantamiento de información durante las salidas de campo y la realización de entrevistas a los actores que se serían involucrados de forma directa e indirecta en la realización de un clúster turístico, se constató que el problema principal es la “Inadecuada colaboración entre las instituciones públicas de las provincias del Guayas y el Azuay para el aprovechamiento turístico de la zona”.

Cabe destacar que; muchos prestadores de servicio y parte de la gobernanza explican que no se ha realizado una alianza estratégica entre las zonas de intervención, debido a diferencias de pensamientos políticos de los anteriores administradores, una limitada comunicación entre las autoridades, una ausencia de una estructura organizativa y normativa que facilite la coordinación entre las instituciones gubernamentales. A su vez, el desafío de realizar un proyecto de clúster sin bases sólidas, ya que, el país no dispone de un modelo de clúster turístico del cual guiarse, ni normativa que lo regule, ni información con datos actualizados.

Por otra parte, se presencia efectos como la disminución de competitividad turística en las provincias, ausencia de proyectos en conjunto y la pérdida de oportunidades para la creación de infraestructuras, promoción conjunta y el desarrollo de servicios que beneficien a ambos.

Figura 1.

Árbol de problemas



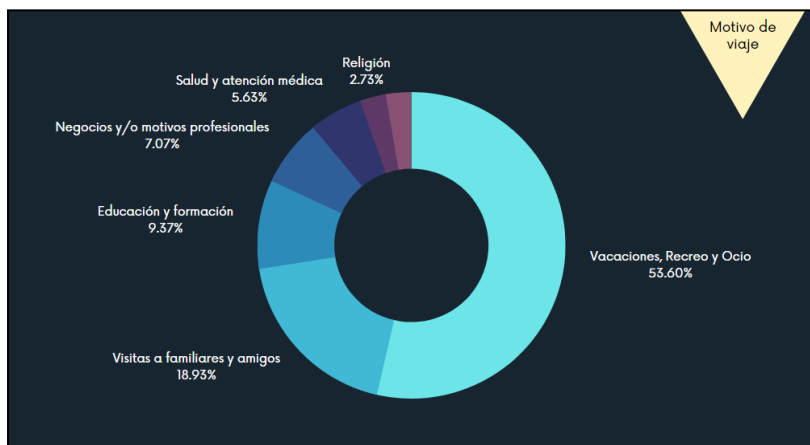
Nota. Elaboración propia.

1.2 Justificación del problema

El siguiente proyecto tiene la finalidad de impulsar destinos turísticos de manera colectiva, idealizándolo como un todo y fortaleciendo alianzas estratégicas institucionales en distintos niveles para la gestión del turismo. Tras el análisis la **Figura 2**, donde se evidencia los datos obtenidos en la página de Turismo en Cifras, otorgada por el Ministerio de Turismo con datos del año 2022, se observa cómo el 53.60% de los visitantes ecuatorianos realizan actividades turísticas destinadas a vacaciones, recreación y ocio; siendo este nuestro público objetivo para la creación del clúster turístico, ya que, ellos son los que realizarán dichas actividades en los territorios ya mencionados.

Figura 2.

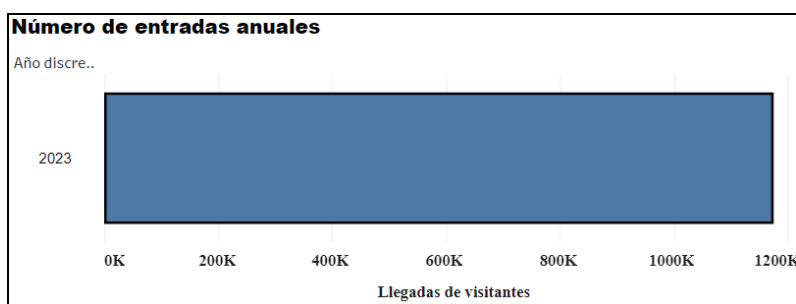
Motivos de Viaje del Turismo Interno del Ecuador



Nota. Elaboración propia basada en datos del (Ministerio de Turismo, 2022)

Figura 3.

Número de arribos durante el año 2023



Nota. Datos visualizados en la página del Ministerio de Turismo (Ministerio de Turismo, 2022)

Mientras que, en la **Figura 3**, se muestra el número de arribos anuales considerando los datos del año 2023 con corte al mes de septiembre. La imagen muestra que alrededor de 1.170.809 visitantes han llegado al Ecuador durante este periodo, siendo un dato aproximado de personas que visitan el país.

Figura 4.

Listado de destinos más visitado



Nota. Datos visualizados en la página del Ministerio de Turismo (Ministerio de Turismo, 2022)

Por otra parte, en la misma página se observa que los lugares más visitados dentro del Ecuador son: Guayaquil con el puntaje más alto de 9.47%, mientras que, en el tercer lugar se encuentra la ciudad de Cuenca; siendo las áreas de intervención para el proyecto del clúster turístico, donde se comprende que tiene una gran acogida de visitantes internos que visitan las zonas.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Diseñar una propuesta de clúster turístico para la Dirección de Turismo Provincial del Guayas, encaminada a la integración y coordinación colaborativa por parte de la provincia del Azuay y el Guayas, mediante el diagnóstico turístico territorial de las zonas al 2024.

1.3.2 Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación turística y territorial de Cuenca y la provincia del Guayas mediante el uso de herramientas técnicas de planificación turística y salidas de campo para la contextualización de las zonas de análisis.
- Definir los lineamientos, variables, componentes y elementos técnicos para el desarrollo e implementación de un clúster turístico territorial a través del análisis documental, normativo y de gestión que mejor se ajuste a los territorios mencionados.
- Validar la propuesta de clúster turístico con los involucrados en el proyecto por medio de diversas técnicas y herramientas de investigación para el ajuste necesario que se alinee con sus requerimientos.

1.4 Marco teórico

1.4.1 Revisión de la literatura

1.4.1.1 Turismo

El turismo es una actividad humana que implica el desplazamiento de personas de un lugar a otro fuera de su entorno habitual, ya sea por placer, negocios u otros motivos. Durante estos viajes, las personas visitan diferentes sitios al de su lugar de residencia, participan en diversas actividades turísticas y consumen productos turísticos en dichas zonas (OMT, 1994).

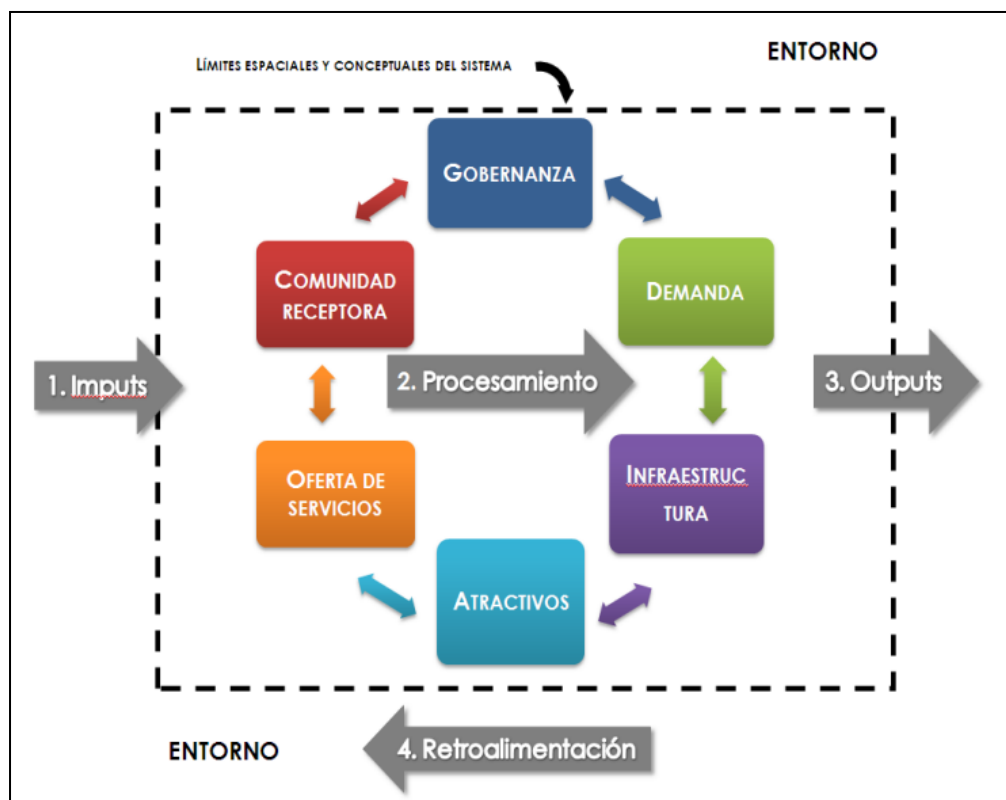
1.4.1.2 Sistema Turístico

Por otra parte, tras la creación de dicha definición, se establecieron varios sistemas turísticos direccionadas al visitante, al espacio físico o al producto, en ellas se detalla cada elemento del turismo.

Finalmente, en el Manual de Diagnostico territorial Turístico Local desarrollado por Carla Ricaurte en el 2009; muestra un modelo de sistema turístico basado en una guía propuesta anteriormente por el autor Sergio Molina en el 2000, esta modificación es apoyada en seis elementos que fueron denominados “subsistemas”; agrupando actores sociales de turismo, entre ellos: la gobernanza, la demanda (visitantes), la oferta (prestadores de servicio), comunidad receptora, atractivos e infraestructura como se observa en la **Figura 5**.

Figura 5.

Sistema turístico



Nota. (Ricaurte Quijano Carla, 2009) en base a Sergio Molina, 2000

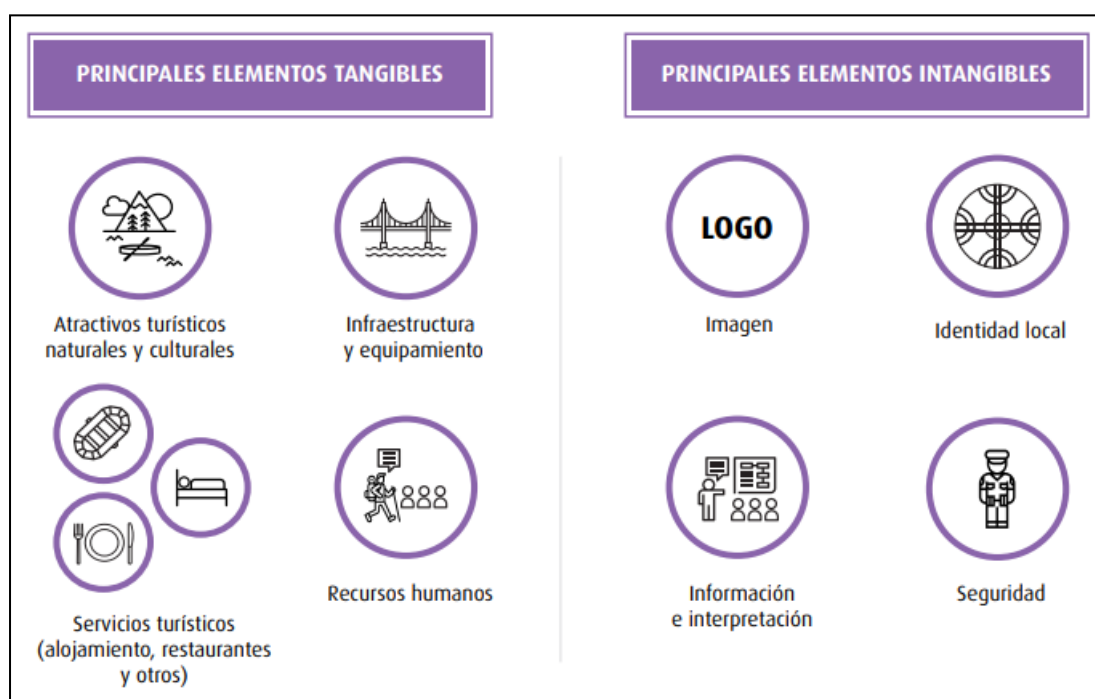
1.4.1.3 Destino turístico

La OMT en el 2007 empezó a orientar la palabra destino turístico a una área o espacio físico delimitado, donde los turistas pernoctan o adquieren productos relacionando a algunos elementos del sistema turístico, como los atractivos, recursos, oferta, entre otros.

Sin embargo, se considera que los destinos son sitios que atraen a visitantes para estancias temporales y que cuentan con características particulares que los vuelven atractivos. Por ello, se identificaron los elementos tangibles e intangibles de un Destino como se observa en la **Figura 6**.

Figura 6.

Principales elementos de un Destino Turístico



Nota. (Servicio Nacional de Turismo, 2018) basado en el Decreto N° 172/2014

1.4.1.4 Clúster turístico

Según Porter en el año 1998, indicó que Los clústeres son agrupaciones geográficas de empresas e instituciones que se encuentran interconectadas en un ámbito específico, unidas por aspectos en común y elementos complementarios.

Es decir, un clúster turístico es una agrupación geográfica de empresas, instituciones y actividades relacionadas con el turismo que se encuentran ubicadas en una misma área geográfica o región. Estas entidades y actividades en el clúster turístico están interconectadas y comparten un enfoque común en la promoción y desarrollo del turismo en esa área, como se observa de manera resumida en el **Figura 7**.

Figura 7.

Clúster turístico



Nota. Elaboración propia.

Adicionalmente en un clúster turístico, las empresas pueden incluir establecimientos de alojamiento, restauración, intermediación, interpretación, transportación, atracciones turísticas

y otros negocios relacionados con el sector. También pueden involucrar a instituciones educativas, gobiernos locales, organizaciones sin fines de lucro, organizaciones de gestión de destino y otros actores que trabajen en conjunto para impulsar el crecimiento y la competitividad del turismo en la región.

La creación de clústeres turísticos busca fomentar la colaboración, compartir recursos y conocimientos, y aprovechar sinergias para promover el desarrollo sostenible del turismo en una zona específica, atrayendo a visitantes, generando beneficios económicos y sociales para la comunidad local. Estos clústeres pueden centrarse en diferentes tipos de turismo, como el turismo cultural, de naturaleza, de aventura, de negocios, entre otros.

1.4.1.4.1 Ejemplificación de clústeres turísticos

- **Qhapaq Ñan**

También conocido como el “Camino del Inca”, se trata del sistema vial Andino del Imperio Inca, considerada como la ruta arqueológica del Ecuador mejor conservada, con alrededor de 108 kilómetros de territorio; siendo declarada Patrimonio Mundial de la Humanidad por la UNESCO.

Continuando con los rasgos principales de un clúster, este proyecto está impulsado por Bolivia, Ecuador y Perú, en donde, según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), sólo en Ecuador participan alrededor de 6 comunidades y más de 800 familias, además de las autoridades pertenecientes de los GAD’s entre Bolivia y Ecuador, se trabaja en una visión conjunta de desarrollo, potencialización y conservación de los sitios arqueológicos. La zona también se ha enfocado en capacitar aproximadamente a 90 personas en la recuperación de patrimonio y técnicas ancestrales y brindar talleres sobre servicio al cliente, guianza, gastronomía, etc. Cumpliendo de esta forma con la definición de clúster y adaptándose a la experiencia del usuario (Ministerio de Cultura, 2015).

- **Cataratas del Niágara**

Las cataratas del Niágara se tratan de una maravilla natural y se encuentran en la frontera entre Estados Unidos y Canadá, fueron declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

Cuenta con el equipamiento y la planta turística con la participación de prestadores de servicio de alojamiento, restauración, intermediación, etc. Así como la de los gobiernos locales, además de tener una marca fuerte y un reconocimiento establecido (Niagara Falls State Park, 2014).

- **Cataratas de Iguazú**

También llamadas “El Agua Grande”, se encuentran en el límite entre Brasil y Argentina, fueron declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. El Parque Nacional Iguazú, actualmente, se administra por la empresa UTE Cataratas S.A, por la Administración de Parques Nacionales (APN) presenta instalaciones y junto al parque vecino de Brasil con quien se reprograma el financiamiento para el sostenimiento de estos, cuenta con prestadores de servicio turístico y complementario, además de tener medidas para la protección en la zona de libre humo, también cuenta con programas de educación y brindan capacitación a los involucrados (Cáceres, 2012).

- **Lago Titicaca**

Se encuentra ubicado en Puno, Perú; dentro de la gestión se encuentra la población local, las empresas turísticas y administraciones, se trabaja en conjunto con investigaciones para la conservación del lugar con la intervención de expertos del Área Natural Protegida Lago Titicaca (ANP) en unificar esfuerzos de parte de Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR), prestadores de servicios turísticos y la comunidad local, encaminados

a la visión de un turismo sostenible, en donde todos los actores se vean beneficiados (Cayo Velásquez, Apaza Tarqui, & Yapuchura Saico, 2019).

- **Tropical North Queensland**

En Australia se encuentra el norte tropical de Queensland, es uno de los destinos turísticos más importantes del país, además de su cercanía a la ciudad más visitada en la región, con aproximadamente 3 millones de turistas por año, Cairns.

Pese a que el norte de Queensland tuvo una crisis que generó mala reputación y desacreditación del lugar, también, a raíz de ésta, se evidenció los esfuerzos por los actores para la superación del clúster, creando alianzas estratégicas y generando confianza, en donde a su vez, participó el gobierno con iniciativas ecológicas y turismo marino para alcanzar los objetivos en conjunto. Actualmente, cuentan además con un museo Tropical de Queensland, otro de arte submarino y un acuario Reef HQ que por reformas se encuentra cerrado hasta 2026 (Nordin , 2003).

- **Napa Valley**

Ubicado en San Francisco, Estados Unidos, es conocido por la producción de vino que ha posicionado al Valle de Napa. Impulsado por un emprendedor llamado Mondovi como mediador e impulsador del enoturismo en la zona, asimismo, se enfocó como prioridad la investigación e intercambio de conocimientos con el objetivo de agregar la tecnología en los procesos y establecer innovación, generando confianza entre los prestadores de servicios para crear alianzas estratégicas con una visión en conjunto (Nordin , 2003).

1.4.2 Marco legal

Ecuador presenta una Ley de Turismo en el año 2002 y modificada en el 2014, donde se define el marco legal para impulsar, desarrollar y regular las actividades turísticas realizadas en el país. En este; se observa una serie de especificaciones y restricciones generales para llevar

a cabo una correcta administración, sin embargo, no se encuentra información relacionada con la elaboración, diseño, sostenimiento y promoción de clústeres turísticos a nivel nacional.

Pese a esta situación, como base de la creación de este proyecto, se puede considerar importante los artículos:

Artículo 1, indica que el propósito de esta ley es establecer las normas legales que serán aplicadas para promover, desarrollar y regular el sector turístico, así como definir las responsabilidades del Estado y los derechos y obligaciones tanto para los proveedores como para los usuarios de servicios turísticos. (Ministerio de Turismo, 2002)

Artículo 3, literal B, señala que los gobiernos provinciales y municipales tienen la responsabilidad de fomentar y respaldar el desarrollo del turismo en el marco de la descentralización. (Ministerio de Turismo, 2002)

Tanto el artículo 1, como el artículo 3 literal B son considerados fundamentales debido a que es un proyecto orientado al Turismo donde se requiere la participación de dos gobiernos provinciales y cantonales que decidan realizar alianzas estratégicas para ser unificados y visualizados como un todo.

Adicionalmente, tomando en consideración un referente internacional de un clúster de la Agencia Sueca destaca la importancia de establecer relaciones basadas en la confianza como uno de los puntos fundamentales. También enfatiza la promoción del interés en la educación, el intercambio de experiencias y conocimientos. Además, subraya la necesidad de contar con intermediarios entre los diferentes sectores y las partes involucradas, como organizaciones e individuos. Asimismo, promueve la formación de alianzas estratégicas, la visión compartida y la colaboración en la distribución del trabajo. Por último, se hace hincapié en la construcción de una marca que represente al clúster.

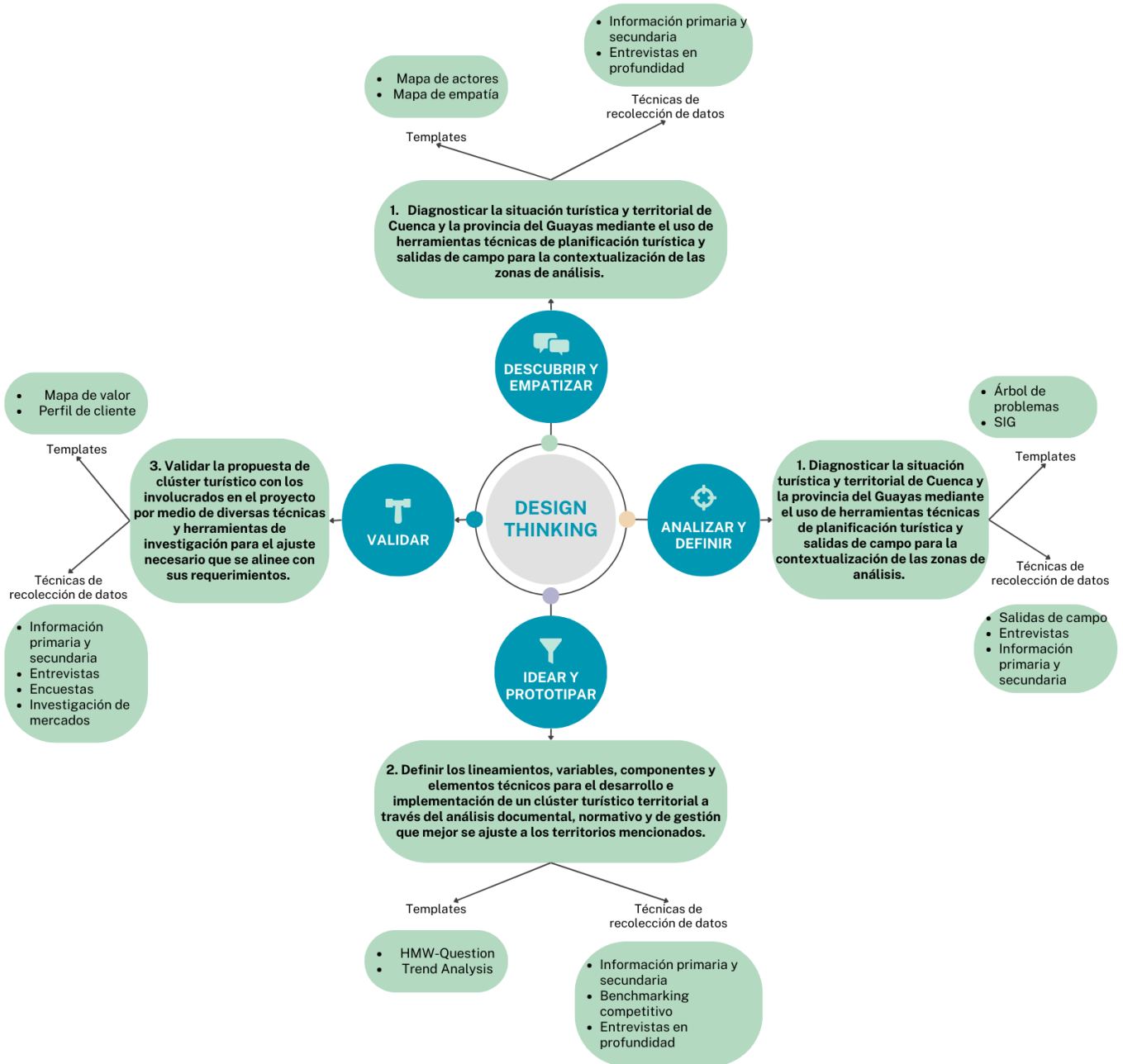
CAPÍTULO 2

2 METODOLOGÍA

La metodología Design Thinking, que utiliza la ideología de “mentes principiantes”, realizando la analogía de niños de 4 años que realizan muchas preguntas para poder entender una situación, como lo explica en el libro “The design thinking toolbox”, el modelo de doble diamante, consta de seis etapas que son: entender, observar, definir un punto de vista, idear, prototipar y testear; A su vez, hace uso de diversas herramientas que se pueden ajustar a un determinado proyecto, con el fin de empatizar con el usuario teniendo una actitud libre de prejuicios y expectativas, además de estar abierto a las posibilidades que se puede enfrentar y al aprendizaje constante y rápido (Lewrick, Link, & Leifer, 2020).

Figura 8.

Mapa Mental Design Thinking



Nota. Elaboración propia.

2.1 Marco metodológico de la situación turística y territorial

El primer objetivo específico del proyecto es:

Diagnosticar la situación turística y territorial de las provincias de Guayas y Azuay mediante el uso de herramientas técnicas de planificación turística y salidas de campo para la contextualización de las zonas de análisis.

2.1.1 Formulación de Preguntas de Orientación

Con el propósito de cumplir este objetivo se realizó un análisis de fuentes primarias y secundarias para mantener un contexto de la situación turística entre las provincias, con las siguientes preguntas de orientación:

- ¿Cuál es la necesidad, problema o recurso poco aprovechado al realizar una unión entre Guayas y Azuay?
- ¿Cuáles son los involucrados en la realización de un clúster turístico para ambas provincias?
- ¿Cuáles son los factores que se debería tomar en cuenta para la realización del clúster turístico?
- ¿Cómo desarrollar un proceso de unión entre todos los sectores del turismo para trabajar en la mejora social de las provincias de Guayas y Azuay?

2.1.2 Mapa de actores

El mapa de actores es una herramienta analítica que se utiliza en diversos campos, como la planificación estratégica, la gestión de proyectos y la investigación social. Este mapa representa gráficamente las relaciones y conexiones entre diferentes entidades o individuos que tienen interés, influencia o participación en un proceso, proyecto o sistema específico. Los actores pueden incluir organizaciones, instituciones, comunidades locales, gobiernos, empresas y otros actores relevantes. El objetivo principal del mapa de actores es visualizar de manera

clara y comprensible la red de interacciones entre estos elementos, identificando sus roles, intereses, niveles de poder y posibles alianzas o conflictos. Esta representación gráfica facilita la toma de decisiones informadas y la planificación estratégica al permitir a los responsables entender la dinámica de las relaciones y colaboraciones en el contexto dado.

2.1.3 Mapas de empatía

El mapa de empatía es una herramienta visual utilizada en el diseño centrado en el usuario y la investigación de mercado para comprender profundamente las necesidades, expectativas y emociones de los clientes. Este mapa se organiza en secciones que representan aspectos clave del cliente, incluyendo lo que ven, oyen, piensan y sienten. También aborda aspectos prácticos, como sus necesidades y frustraciones. Al fomentar la empatía, el mapa de empatía permite a los equipos de diseño y marketing sumergirse en la perspectiva del cliente, lo que resulta fundamental para crear productos, servicios o estrategias de marketing que realmente resuelvan los problemas y satisfagan las expectativas de los usuarios.

Este enfoque holístico ayuda a las empresas a desarrollar una comprensión más completa de sus clientes, permitiéndoles crear soluciones más alineadas con las experiencias y deseos de su audiencia objetivo. Los mapas de empatía son particularmente útiles en la conceptualización y mejora de productos y servicios, ya que ayudan a las empresas a diseñar soluciones más humanas y centradas en las personas en lugar de depender exclusivamente de datos demográficos o estadísticas impersonales.

2.1.4 QGIS

es un sistema de información geográfica (SIG) de código abierto que proporciona herramientas para la visualización, análisis y manejo de datos geoespaciales. Desarrollado por una comunidad global de voluntarios, QGIS es conocido por su interfaz amigable y su flexibilidad, permitiendo a los usuarios trabajar con una amplia variedad de formatos de datos

espaciales y no espaciales. Ofrece funcionalidades avanzadas de cartografía y análisis espacial, haciendo que sea una opción popular tanto para usuarios principiantes como para profesionales en disciplinas como la geografía, la planificación urbana, la ecología y otras áreas que requieren la manipulación de datos geoespaciales.

2.1.5 Matriz de Valoración de Potencialidad Turística

Es una herramienta de planificación turística utilizada para evaluar el potencial turístico, posee dos componentes:

El primer componente está relacionado con la demanda turística y superestructura, considerando la afluencia turística (AT), marketing turístico (MK) y supraestructura del turismo (ST).

El segundo componente está afianzado con la oferta turística e infraestructura, donde se toma en cuenta los recursos turísticos naturales y culturales, también, la planta turística, tipologías de turismo, infraestructura básica y de apoyo.

2.1.6 Descripción de hitos y resultados esperados

Mediante la utilización de las herramientas anteriormente descritas, se obtuvo a los actores o involucrados en el proyecto, a su vez, se conoció qué perciben y cuál es la perspectiva que tienen ante la realización de un clúster turístico, cual es la opinión sobre la unión espacial y geográfica de toda la zona que incluye los cantones, áreas protegidas y zonas culturales, cumpliendo así el objetivo de diagnosticar la situación turística y territorial de ambas provincias.

2.2 Marco metodológico para la definición de elementos técnicos

El segundo objetivo específico del proyecto es:

Definir los lineamientos, variables, componentes y elementos técnicos para el desarrollo e implementación de un clúster turístico territorial a través del análisis documental, normativo y de gestión que mejor se ajuste a los territorios mencionados.

2.2.1 Formulación de Preguntas de Orientación

Para el cumplimiento del objetivo dos, se realizó las siguientes preguntas de orientación:

- ¿Cuáles son los lineamientos y variables para el desarrollo de un clúster turístico?
- ¿Qué beneficios traería la creación del clúster turístico dónde se combine tipologías de turismo y actividades en la zona?
- ¿Cómo se podría crear estas alianzas estratégicas?

2.2.2 How might we

“How might we”, es una técnica en la que se replanteó el desafío o problema específico en forma de pregunta con el fin de convertirlo en una oportunidad.

Esta herramienta (Figura 22) permitió priorizar y focalizar la atención en el usuario, es decir, a los visitantes para saber cómo estos pueden visitar ambas provincias y a su vez disfrutar de las diversas actividades y tipologías de turismo que brindan cada una. En la siguiente fase de la herramienta se ajustó la primera pregunta a una más específica, a cómo se podría incorporar las características y beneficios de ambas provincias para que los visitantes disfruten de ambos espacios como un todo, finalmente, se estableció el “Diseño de un clúster que incorpore la experiencia de visitar espacios naturales, culturales y patrimoniales de ambas provincias con la ventaja de la cercanía de los espacios para el disfrute de los visitantes”.

2.2.3 Trend Analysis

Esta técnica definió los trends más populares y significativos de los clústeres turísticos a nivel internacional integrándolos para llegar a la posible solución.

La plantilla de Trend Analysis segmentó a los clústeres turísticos internacionales exitosos, las tipologías de turismo y las principales características de estos, se encontró

como principal Megatrend los “Clústeres turísticos de cercanía”, ya que todos los lugares más reconocidos presentan un atractivo turístico que representa a la zona y llama la atención de los visitantes, a este se incorpora los prestadores de servicios turísticos y la infraestructura complementaria para la satisfacción de los usuarios, generando entradas económicas que ayuden a la sustentación del sitio.

2.2.4 Descripción de hitos y resultados esperados

Mediante el uso de las herramientas técnicas, las salidas de campo, investigación primaria y secundaria, entrevistas de profundidad a los diversos actores involucrados; se estableció los lineamientos de los clústeres territoriales de cercanía vinculados con los atractivos turísticos que cuenten con infraestructura y prestadores de servicios con predisposición.

2.3 Marco metodológico para la validación de la propuesta

El tercer objetivo específico del proyecto es el siguiente:

Validar la propuesta de clúster turístico con los involucrados en el proyecto por medio de diversas técnicas y herramientas de investigación para el ajuste necesario que se alinee con sus requerimientos.

2.3.1 Formulación de Preguntas de Orientación

- ¿Cuáles son los aspectos negativos de la realización de un clúster turístico?
- ¿Cuáles son los factores que se debería tomar en cuenta para la realización del clúster turístico?
- ¿El proyecto propuesto cumple con los objetivos detallados?
- ¿El siguiente proyecto cumple con las expectativas del cliente?
- ¿Se podrá ejecutar?
- ¿El proyecto es entendible y realizable?

2.3.2 Encuesta

Las encuestas son herramientas ampliamente utilizadas en la investigación social y de mercado para recopilar datos cuantitativos y cualitativos sobre opiniones, actitudes y comportamientos de una población objetivo. Estas pueden ser administradas de diversas formas, ya sea a través de cuestionarios impresos, entrevistas telefónicas, encuestas en línea o incluso encuestas cara a cara. El diseño de una encuesta efectiva implica la formulación de preguntas claras y objetivas, la selección adecuada de la muestra y la consideración de posibles sesgos para garantizar la validez y la confiabilidad de los resultados.

Las encuestas desempeñan un papel fundamental en la toma de decisiones estratégicas para empresas, gobiernos y organizaciones no gubernamentales. Permiten recopilar información valiosa sobre la satisfacción del cliente, las preferencias del consumidor, la retroalimentación de los empleados y una variedad de temas sociales. Además, las encuestas son una herramienta versátil que se adapta a diferentes contextos, desde investigaciones académicas hasta estrategias de marketing, y su análisis proporciona una visión interna crucial para comprender y abordar diversas problemáticas en la sociedad.

2.3.3 Descripción de hitos y resultados esperados

Se busca que el proyecto sea validado, especialmente con el cliente. Sin embargo, se debe tomar en consideración la opinión de los demás involucrados para que la creación sea exitosa, por lo que, mediante las entrevistas a los actores, se puede conocer si el proyecto tiene una gran acogida o necesita corregir para que sea entendible, medible y realizable.

2.4 Criterio de rigor y ética

Rigor

- Confiabilidad: recolectar datos veraces y confiables al momento de realizar la investigación de campo en las zonas consideradas objetos de estudio.

- Validez descriptiva: No colocar información que no ha sido vista o escuchada por los entrevistados.
- Validez interpretativa: demostrar los datos entendidos sin distorsionar la información o dar un punto de vista al tema y con la mayor veracidad posible.

Ética

- Razón de riesgo: corroborar los datos expuestos en las entrevistas, con la finalidad de que se hayan colocado y entendido correctamente al momento de la transcripción.
- Validez científica: Verificar, una vez analizado los datos, si los resultados obtenidos responden a los objetivos ya establecidos previamente en el estudio.
- Valor social: el estudio sea de utilidad para los beneficiarios, cliente y usuarios.
- Selección equitativa de los sujetos: Seleccionar participantes quienes realmente puedan aportar datos relevantes en relación con el estudio y objetivos establecidos.
- Respeto a los participantes: indicar a los entrevistados o participantes del estudio, quienes tendrán acceso a la información que ellos y cuál es la finalidad del estudio.

CAPÍTULO 3

3 RESULTADOS Y ANÁLISIS

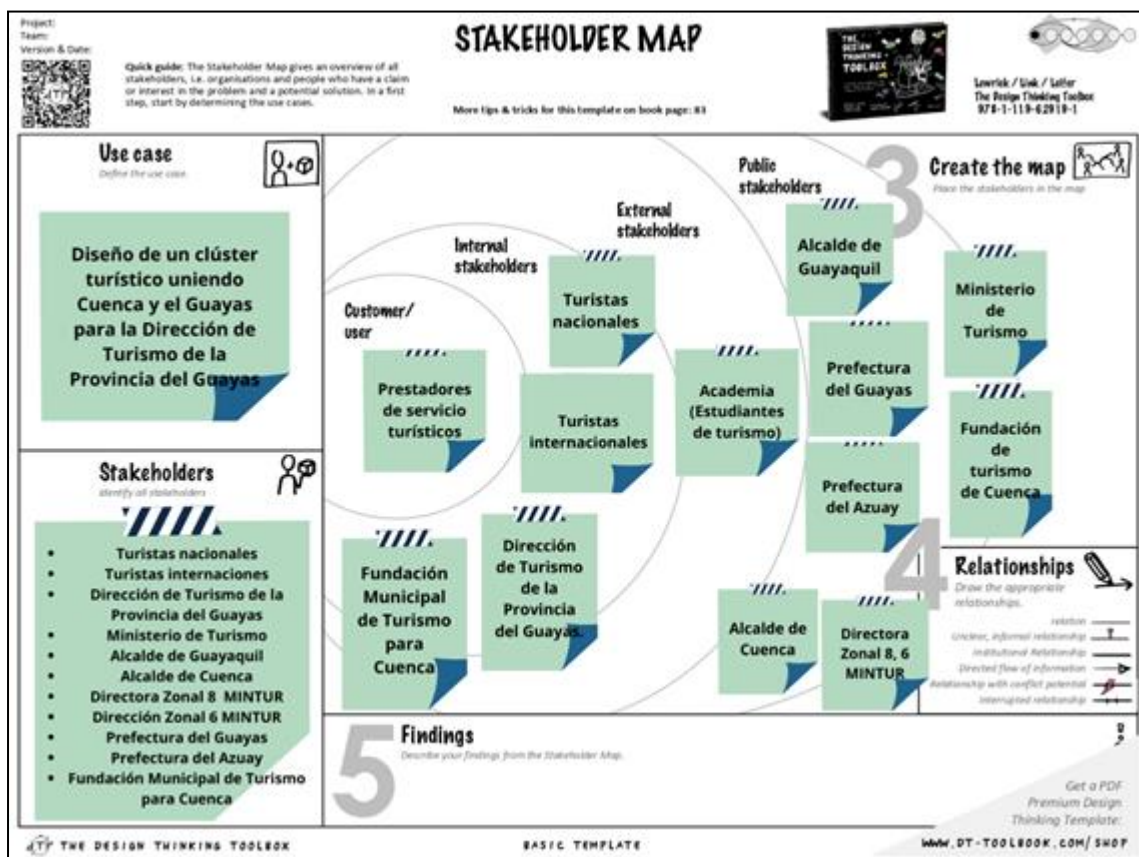
3.1 Resultados de la situación turística y territorial

El primer objetivo específico del proyecto buscó diagnosticar la situación turística y territorial de las provincias de Guayas y Azuay.

Primero, se utilizó la herramienta visual “Mapa de actores” que permitió identificar a los involucrados del proyecto, en este caso. Para poder reconocer a los actores de las zonas, se realizó una lluvia de ideas que luego procede a ser confirmada por medio de fuentes primarias y secundarias, del cual, se obtuvo el siguiente mapa con sus actores:

Figura 9.

Mapa de Actores



Nota. Elaboración propia.

Mediante las salidas de campo, se limitó aquellas zonas que cumplían con la definición afianzada de un clúster territorial de cercanía, por ello, se consideró en la provincia del Guayas que los cantones de Guayaquil, Durán y Naranjal formarán parte de este, mientras que, en el caso de Azuay tendrá la participación del cantón Cuenca, tomando en consideración que se localizan aproximadamente a 210 kilómetros de distancia, es decir, cerca de 4 horas en vehículo particular.

Para la realización y finalización exitosa de un proyecto de clúster turístico, es de vital importancia trabajar con el sector público, privado, visitantes y comunidad local. En este caso, prefecturas, GAD's, Organizaciones de Gestión de Destinos, prestadores de servicios turísticos, turistas nacionales e internacionales y la población de los cantones mencionados.

Por fines académicos de la primera fase de implementación de este proyecto, se optó por empatizar directamente con los primeros (sector público y privado), ya que, la colaboración conjunta de estos impulsará la iniciativa y mejorará el desarrollo turístico de las provincias.

Basado en este preámbulo, se estableció el grado de poder e influencia entre los actores presentado en la siguiente matriz:

Figura 10.

Matriz de poder e influencia



Nota: El eje vertical es poder y el eje horizontal es influencia. Elaboración propia.

3.1.1 Proceso de descubrimiento

Entrevistas

Las entrevistas y el acercamiento a la Dirección de Turismo del Guayas y a la Fundación de Turismo para Cuenca fueron de suma importancia para conocer patrones y necesidades de estas entidades. Alrededor de quince preguntas fueron socializadas y profundizadas, en las que se destacó como hallazgos la reciente accesibilidad de comunicación entre las provincias debido al cambio en la administración, sin embargo, cabe destacar que al no tener proyectos turísticos que los relacione, no han realizado alianzas directas. Además, ambas organizaciones realizan capacitaciones a prestadores de servicios turísticos y revelan que existe gran desconfianza por parte de estos para establecer conexiones con la gobernanza.

Por otro lado, fue necesario conocer el punto de vista de los prestadores de servicios turísticos, que mediante las entrevistas realizadas, muchos de estos mostraron interés en la iniciativa, ya que, sus principales clientes son los flujos de visitantes provenientes de ambas

provincias de intervención, mostrando un perfil característico familiar, sin embargo, para asociarse desean conocer los beneficios del clúster turístico debido a que muchos establecimientos son autosuficientes y prefieren trabajar de forma autónoma.

Mapa de empatía

Una herramienta de gran importancia de la metodología de “Design Thinking” en este proceso del proyecto fue el “Mapa de empatía”, que ayudó a conocer e identificar qué piensa, ve, escuche, hace y dice, además de los beneficios y dolores de los actores; para este proyecto se clasificó en gobernanza, espacios naturales y oferta turística.

Gracias al análisis cualitativo de las entrevistas que se realizaron a Doménica Barahona y Joselyne Cedeño como representantes de la Dirección Provincial de Turismo del Guayas, Andrés Pasantes por parte de la Municipalidad de Cuenca y Roxana Robalino que es la coordinadora de la Vice Prefectura del Azuay, constituyen la Gobernanza, destacando el interés diseño de un Clúster turísticos en estas zonas.

En el caso de Naturaleza, se incluyó el trayecto desde la ciudad de Guayaquil hacia Cuenca, incluyendo al Parque Nacional Cajas y la Reserva Ecológica Manglares Churute que pertenece al Ministerio de Ambiente, Agua y Transición Ecológica y que no se encontró esta última reserva en el Inventario de Atractivos Turísticos del Ecuador.

Finalmente, se descubrió a la oferta turística, que cuenta con entrevistas de prestadores de servicio de alojamiento y restauración de ambas provincias.

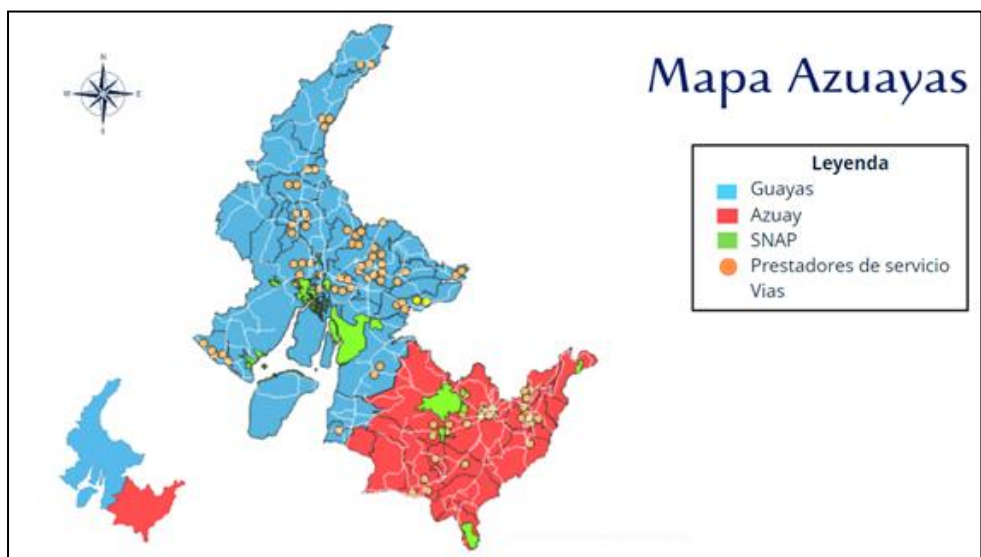
QGIS

El Sistema de Información Geográfica (SIG), QGis, permitió reconocer espacialmente las provincias de Guayas y Azuay como un todo, ubicando las áreas naturales protegidas en la zona, los manglares localizados en Guayas, además de las ciudades patrimoniales registradas en Azuay y el Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo en Guayaquil, para de esta

forma, con la utilización de herramientas técnicas determinar y seleccionar los lugares, cantones que formarán principalmente el clúster turístico de cercanía.

Figura 11.

Mapa Qgis de la provincia del Guayas y Azuay

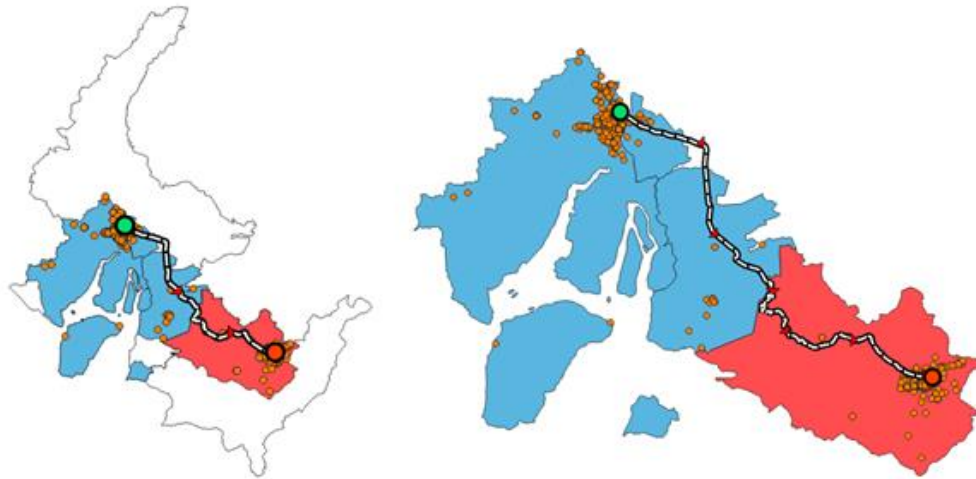


Nota. Elaboración propia.

En cuanto a la herramienta geográfica, se ubicó dentro del mapa los prestadores de servicios turísticos de Guayaquil, Durán, Naranjal y Cuenca. Según el Catastro Turístico del año 2023. Entre los tres primeros cantones provenientes del Guayas, existen registrados alrededor de 657 establecimientos de alimentos y bebidas, 79 de alojamiento, 210 de operación e intermediación, mientras que, en el cantón Cuenca hay 1110 establecimientos de alimentos y bebidas, 220 de alojamiento, 199 de operación e intermediación. Es por ello, que se estableció un recorrido que englobe a los principales atractivos turísticos de la zona como son el Parque Nacional El Cajas, y la Reserva Nacional Churute, que, aunque no se forma parte del inventario, representa parte de la biodiversidad de la Guayas.

Figura 12.

Delimitación del clúster turístico



Nota. Elaboración propia.

Matriz de Valorización de Potencialidad Turística

Para el proceso de validación del proyecto se debe considerar demostrar que las zonas de intervención poseen un potencial para realizar el clúster turístico, es por ello por lo que, en las posteriores figuras se presenta la matriz denominada “Matriz de Valorización de Potencialidad Turística” elaborada por PhD Sebastián Calle tomando como fuente a Antón (2016) y Vera Rebollo (2017).

Figura 13.

Análisis de la oferta turística e infraestructura del territorio

ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA E INFRAESTRUCTURA DEL TERRITORIO			
Factores	Valor Ponderado	Calificación	Oferta Turística
1. Recursos Turísticos (RT)	40%	1,62	0,65
2. Planta Turística (ET)	20%	1,27	0,25
3. Tipologías de Turismo (TT)	20%	0,51	0,10
4. Infraestructura (I)	20%	1,78	0,36
Calificación Total			1,36

Nota. Elaboración propia.

En la **Figura 13**, se evidencia como la provincia del Guayas y el Azuay (de manera conjunta) tienen una calificación de 1.36 en el análisis de la oferta turística e infraestructura del territorio; tomando en consideración temas relacionados a los recursos turísticos, planta turística, tipologías de turismo e infraestructura. El indicador demuestra que las zonas de intervención si poseen factores atrayentes para los visitantes.

Figura 14.

Análisis de la demanda turística y superestructura del territorio

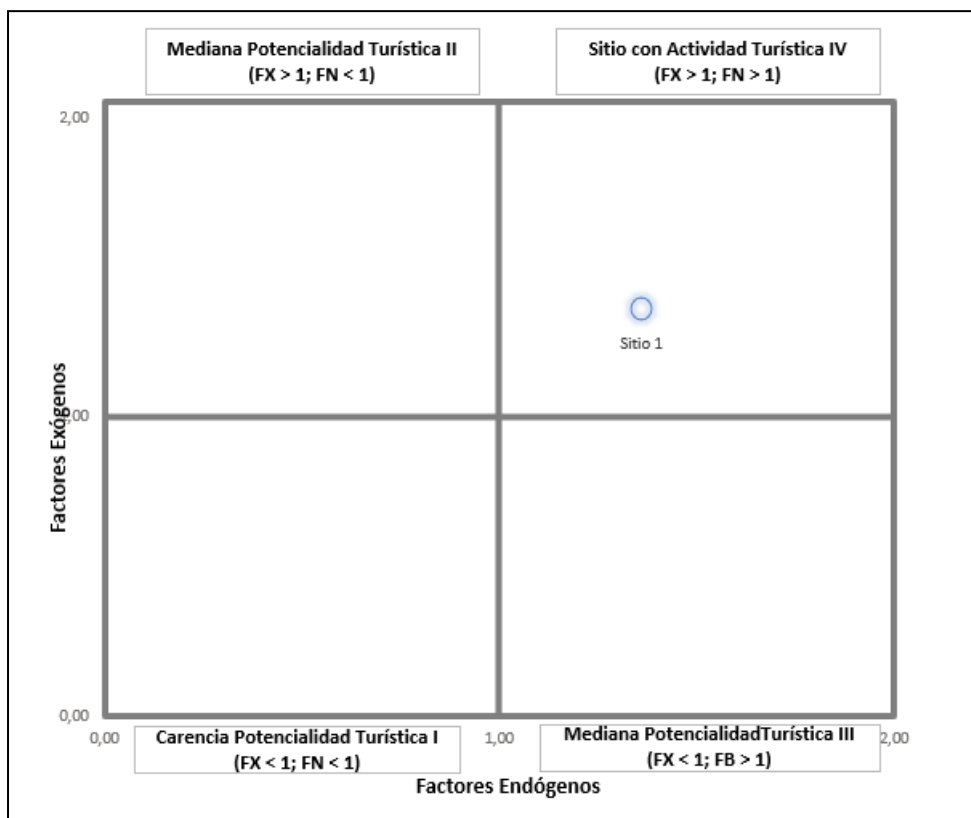
ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA Y SUPERESTRUCTURA DEL TERRITORIO			
Factores	valor	Calificación	Demanda Turística
1. Afluencia Turística (AT)	40%	2	0,70
2. Marketing Turístico (MK)	30%	1	0,36
2. Superestructura del Turismo (ST)	30%	1	0,30
Calificación Total			1,36

Nota. Elaboración propia.

De igual forma, en la **Figura 14**, se muestra un análisis de la demanda turística y superestructura del territorio; teniendo como resultado un índice de 1.36, demostrando que el espacio es visitado y posee actividad turística.

Figura 15.

Matriz de Valorización de Potencialidad Turística



Nota. Elaboración propia.

Finalmente, en la **Figura 15**, se puede observar como las zonas de intervención para la realización del clúster turístico, se encuentra en el cuarto cuadrante de la matriz con una denominación de sitio con actividad y potencial turístico para la realización de este proyecto; ya que, cumple con los estándares de factores exógenos y endógenos con un índice mayor a 1.

Por otra parte, tras la implementación de entrevistas a prestadores de servicio tanto de alojamiento, restauración, interpretación y a representantes de la gobernanza de las ciudades principales de las provincias inmersas en el proyecto, se observó que todos los actores se

encuentran interesados en realizar el clúster turístico teniendo en cuenta que la propuesta debe generar beneficios para todos. Sin embargo, algunos participantes de la oferta turística demostraron que se encuentran bien trabajando de forma independiente, pero, están fascinados y dispuestos a escuchar propuestas.

Principales hallazgos y patrones.



3.1.2 Proceso de empatización

Con el objetivo de empatizar en primer lugar con el cliente (Dirección de Turismo para el Guayas); las expectativas de trabajar con Azuay son altas, sin embargo, al no mantener proyectos turísticos en conjunto se han visto aplazadas las alianzas estratégicas. El cliente se

muestra predispuesto a la participación en reuniones, así mismo busca brindar su opinión en diversos avances, lo que demuestra compromiso y horizonte para continuar con el proyecto por medio de novedades y aportaciones interesantes.

En lo que implica a los prestadores de servicios turísticos, mediante las entrevistas y las salidas de campo, se pudo observar la desconfianza al momento de brindar información sobre el establecimiento que manejan, a su vez, ciertos colaboradores se desvinculaban de las actividades que realizaban los empleadores sobre alianzas estratégicas o vínculos con la gobernanza, detectando así cierto límite en iniciativas junto al sector privado.

3.1.3 Proceso de análisis

La unión entre Guayas y Azuay impulsaría el desarrollo turístico de ambas provincias y por consiguiente del Ecuador, generando iniciativas que produzcan plazas de trabajo y colaboración en conjunto.

Figura 16.

Listado de destinos más visitados



Nota. Datos visualizados en la página del Ministerio de Turismo (Ministerio de Turismo, 2022)

Según la página del Ministerio de Turismo se observa que los lugares más visitados dentro del Ecuador son: Guayaquil con el puntaje más alto de 9.47%, mientras que, en el tercer lugar se encuentra la ciudad de Cuenca; siendo las áreas de intervención para el proyecto del

clúster turístico, donde se comprende que tiene una gran acogida de visitantes internos que visitan las zonas.

En el proceso de descubrimiento, se analizó este proyecto como la primera etapa de creación de una propuesta de clúster turístico entre Guayas y Azuay, clasificando a los actores bajo su nivel de influencia y poder, a su vez, se definió los principales cantones con el uso de herramientas geográficas, seleccionando a Guayaquil, Durán, Naranjal y Cuenca como el recorrido a realizar, teniendo en cuenta que este es iterativo y dispuesto a cambios.

3.2 Resultados asociados con la definición de elementos técnicos

El segundo objetivo específico del proyecto buscó definir los elementos técnicos para el desarrollo e implementación de un clúster turístico territorial. Las salidas de campo y las fuentes primarias, lograron definir la importancia de la creación de un filtro entre los prestadores de servicios y la gobernanza del proyecto, ya que, a pesar de ser una propuesta de clúster inclusiva y abierta para la visibilidad de espacios y productos, hay que reconocer y segmentar a los participantes que cumplen o no con los requisitos, estos pueden ser: formar parte del catastro, brindar calidad y correcta atención al cliente, siendo estas confirmadas por profesionales en el sector.

3.2.1 Benchmarking competitivo

El benchmarking competitivo es una estrategia dentro del benchmarking en marketing, en donde se analiza a la competencia su producto o servicio, la atención al cliente, su página web, entre otros. (Equipo BeeDIGITAL, 2023)

Se realizó un benchmarking entre los clústeres a nivel internacional; basado en el concepto de Porter sobre el término clúster, por lo general, los clústeres que han tenido acogida presentan una serie de distinciones iterativas que han sido identificados por la Agencia Sueca Internacional de Cooperación al Desarrollo (Swedish International Development Cooperation

Agency), sin embargo, también explican que estos no son los únicos, ni se trata de una lista de requisitos, ya que cada situación cuenta con rasgos diferentes y dinámicos.

Tabla 1.*Clústeres turísticos internacionales*

Clúster	Países	Tipologías de turismo	Página web	Reservas desde la página web	Cantidad de visitantes al año
Cataratas de Niágara	Estados Unidos y Canadá	Turismo de Naturaleza, cultural	Niagara Falls, Canadá	Si	Un promedio de 30 millones de personas (Visitar Niágara , 2023)
Qhapaq Ñan	Bolivia, Ecuador y Perú	Turismo Cultural, arqueológico	Qhapaq Ñan Sede Nacional	No	No cuenta con información específica de visitas.
Cruce Andino	Argentina y Chile	Turismo de Naturaleza, cultural	Cruce Andino	Si	Se estima que cerca de 1.649.371 visitantes en este año 2023, como el mejor de los años (Gobierno de Río Negro, 2023)
Cataratas de Iguazú	Argentina y Brasil	Turismo de Naturaleza	Parque Nacional Iguazú	Si	Más de 1.000.000 de visitantes (Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2023)
Lago Titicaca	Perú	Turismo de naturaleza	No cuenta con página web	No	Cerca de 750.000 (Diario Libre, 2017)
Tropical North Queensland	Australia	Turismo de naturaleza, sol y playa	Tropical North Queensland	Si	Más de 3 millones (Booking Holdings Inc., 2019)
Napa Valley	Estados Unidos	Enoturismo	Napa Valley	Si	Alrededor de 2 millones (Tour Idiomas, 2023).

Nota. Elaboración propia.

3.2.2 Ideación

Durante el proceso de ideación se elaboró una lluvia de ideas para establecer las características de una propuesta de solución eficaz, entre las ideas se mencionó la realización de una página web, aplicación móvil, imagen, logotipo, nombre del clúster, guía informativa y finalmente las reuniones semestrales, entre otras.

Finalmente se seleccionó las siguientes:

- 1) Logotipo, nombre
- 2) Reuniones semestrales
- 3) Página web
- 4) Guía informativa

Siendo la principal la creación de un diseño de imagen que represente a las provincias, el nombre y el tipo de logo, siendo este isologo, etc., seguido de la planificación de reuniones periódicas virtuales o presenciales de todos los actores para establecer acuerdos de participación, luego, es importancia la propuesta de una página web para facilitar el registro y entre las últimas fases una guía informativa que explique toda la ejecución del proyecto.

3.2.3 Prototipaje

3.2.3.1 Diseño de imagen

Figura 17.

Tipos de Logos



Nota: Elaboración propia

Al pensar en clúster las primeras características que sobresalen son la unión y la alianza estratégica, por lo que, luego de descartar varios nombres se optó por la unificación de Azuay y Guayas en una sola palabra “Azuayas”, representando lo que se espera de este proyecto que es la apertura a futuras reuniones e integración de actores públicos y privados, así como los visitantes y la comunidad local.

Posteriormente, se propuso 5 tipos de logos, elaborados con ayuda de herramientas de inteligencia artificial y páginas de edición; estos logos vinculaban los colores principales de las banderas, por parte de Guayas, la paleta de colores azul, celeste y blanco, y por la provincia de Azuay colores entre amarillo y rojo. A su vez, la naturaleza es fundamental en el proyecto siendo este unificado en la paleta de color verde.

3.2.3.2 Página web Azuayas y manual instructivo de clúster turístico

Al ser un proyecto de clúster pionero en el país, se desconoce sobre cuáles son las fases de creación y diseño de un clúster turístico territorial de cercanía, por ello, los autores dieron como resultado una “Manual para la creación del clúster turístico territorial de cercanía Azuayas” (adjuntada en la sección de Anexos de este proyecto) que abarque los avances realizados durante la fase de prototipo.

A su vez, con ayuda de fuentes secundarias y benchmarking se encontró similitudes entre los clústeres internacionales analizados, los clústeres turísticos exitosos contaban con páginas web, estas contaban con información sobre los atractivos de los lugares más visitados, historia de la creación y la comunidad local y una sección de reservación de actividades, servicios turísticos, etc. Siendo parte de los hallazgos claves para el diseño de propuesta de página web del primer clúster turístico de Ecuador.

Considerando esta primera etapa, se logró establecer prioridades en el sector privado para que exista la opción de registrarse dentro de la plataforma, analizar la solicitud de inscripción, realizar citas técnicas por parte de profesionales en turismo vinculados con la gobernanza, Dirección de turismo del Guayas para confirmar datos y una vez aprobados los filtros, se podrá brindar difusión de los productos y servicios provenientes de los prestadores.

Figura 18.

Página web “Azuayas”



Nota: Elaboración propia

3.3 Resultados de la validación del clúster turístico

El tercer objetivo específico del proyecto se basó en la validación de la propuesta de clúster turístico con los involucrados en el proyecto para el ajuste necesario del mismo y que así, se alinee con sus requerimientos.

Para el siguiente proceso fue importante la opinión de los actores inmersos, teniendo un listado donde se encontró a la gobernanza y los prestadores de servicios turísticos, ellos realizaron una validación por medio de interacciones virtuales. La herramienta usada fueron las encuestas, donde alrededor de 152 participantes (prestadores de servicio de alojamiento, restauración, operadores y gobernanza) se familiarizaron con el prototipo mediante fotos presentadas, conocieron el objetivo del proyecto Azuayas y brindaron opiniones sobre el mismo.

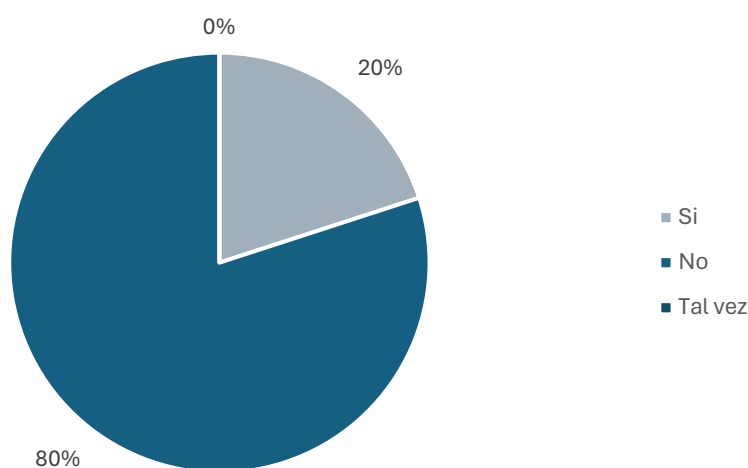
En términos de conocimiento sobre conceptos de clúster turístico e iniciativas se evidenció que un gran porcentaje de los participantes desconoce dicho concepto y no ha visualizado algún proyecto parecido en el Ecuador, sin embargo, consideraron que sería una gran iniciativa en la que formarían parte.

De forma más específica, se puede evidenciar en los datos obtenidos en las siguientes preguntas:

- 1. ¿Antes de leer el concepto de clúster turístico, sabía usted lo que significaba?**
(considerando que se adjuntó la Figura 6 a esta pregunta, con la finalidad de que los participantes se familiaricen con los objetivos del clúster previo a la presentación de la propuesta)

Gráfico 1.

Conocimiento sobre Clúster turístico

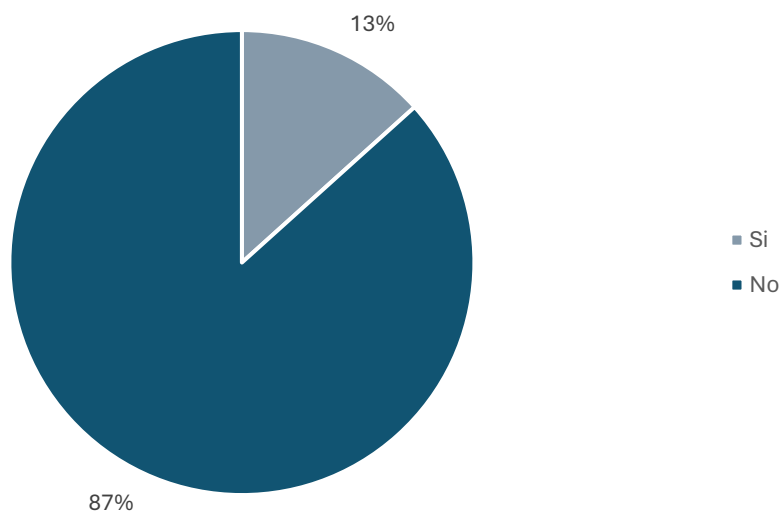


Nota: Elaboración propia (2023)

- 2. ¿Ha visto usted una iniciativa en turismo que busque unir dos provincias del Ecuador como un todo?**

Gráfico 2.

Iniciativas de Clústeres turísticos

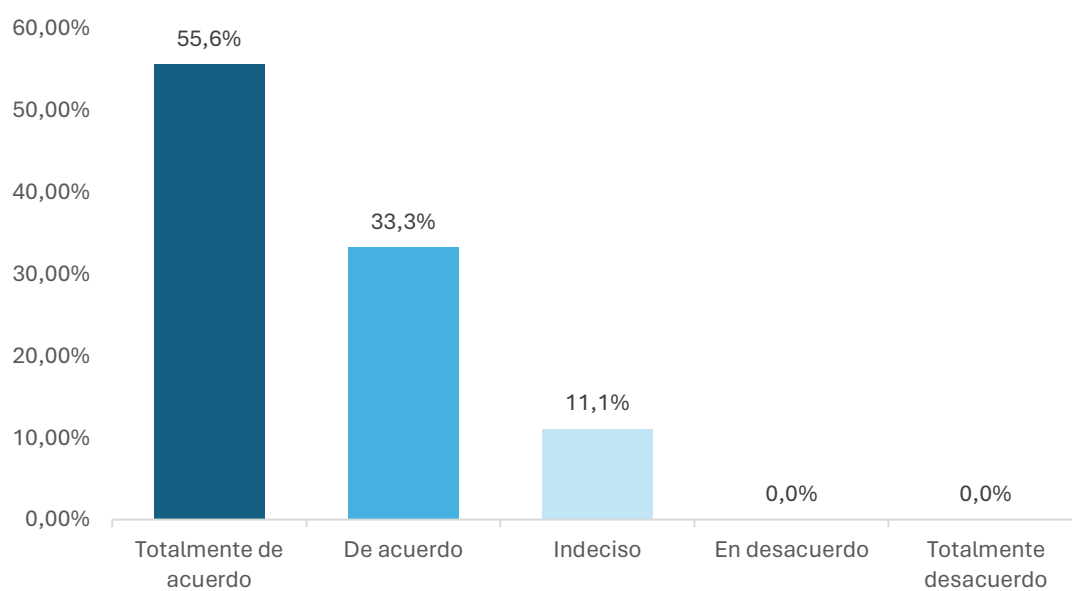


Nota: Elaboración propia (2023)

3. ¿Está usted de acuerdo con la creación de un clúster turístico basado en alianzas estratégicas entre la gobernanza y prestadores de servicio?

Gráfico 3.

Creación de Clústeres turísticos



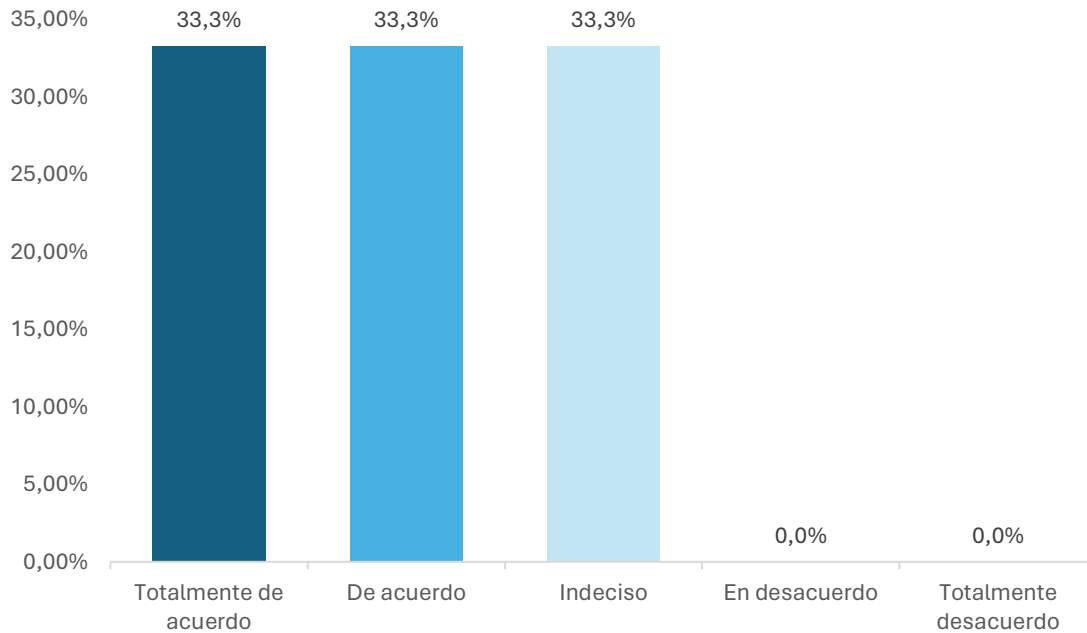
Nota: Elaboración propia (2023)

Preguntas relacionadas con la creación de la propuesta Azuayas

4. ¿Cómo se siente usted con la unión de Guayas y Azuay en el diseño del clúster turístico?

Gráfico 4.

Sentimiento de los usuarios a la unión de las provincias

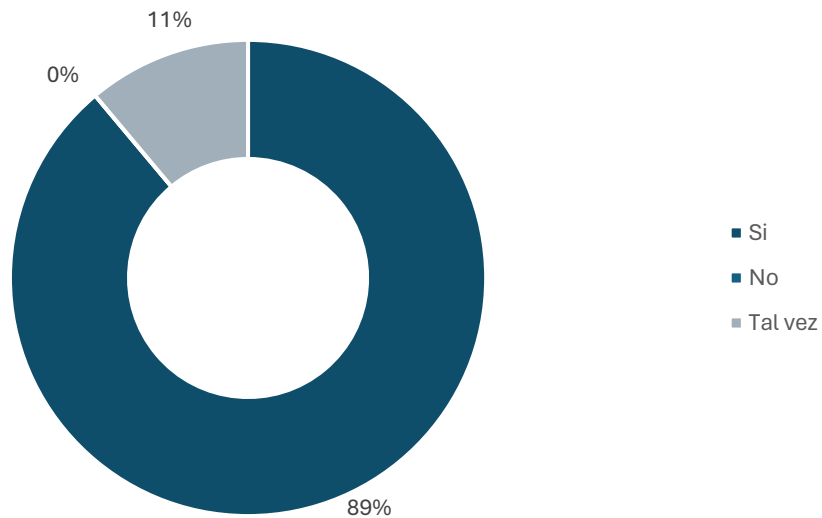


Nota: Elaboración propia (2023)

5. ¿Estaría dispuesto a formar parte del proyecto Azuayas?

Gráfico 5.

Acogida al proyecto Azuayas

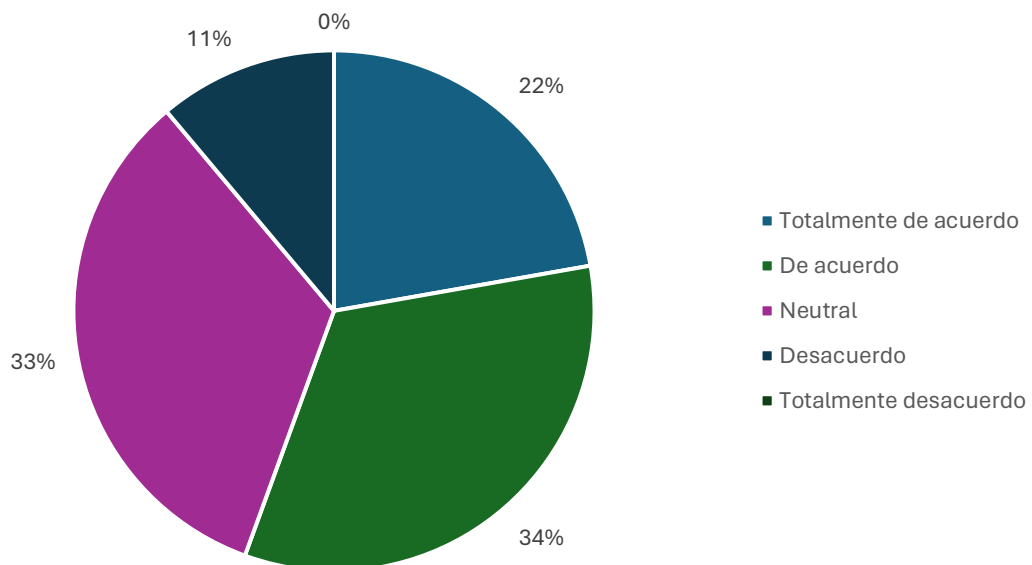


Nota: Elaboración propia (2023)

6. ¿Cree usted que el siguiente logo representa el proyecto Azuayas?

Gráfico 6.

Acogida del Isologo Azuayas

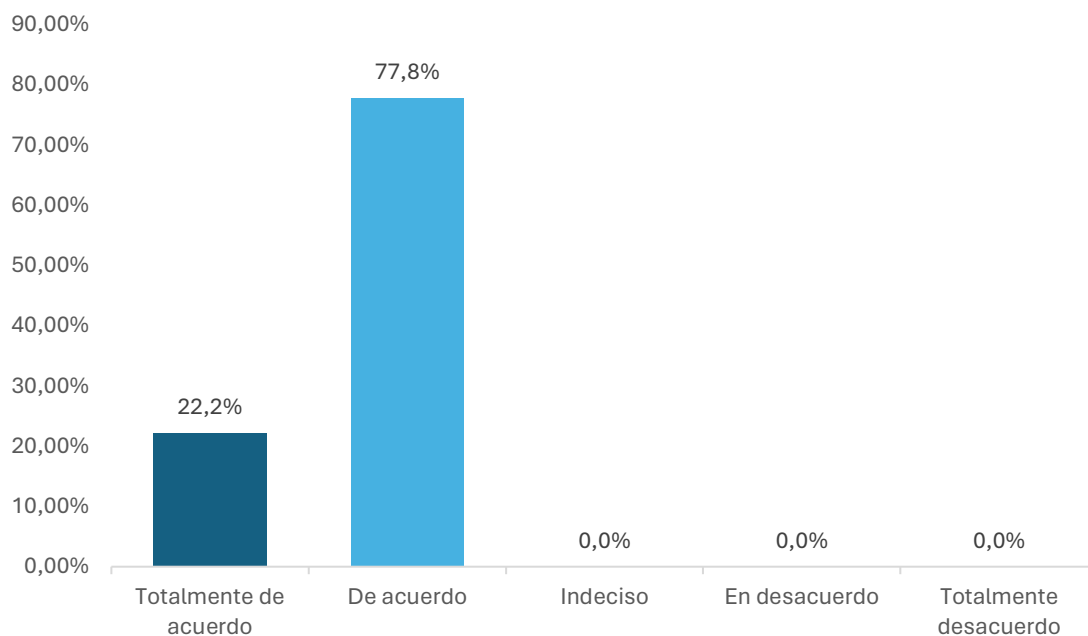


Nota: Elaboración propia (2023)

7. **¿Considera que la creación de la página web "Azuayas" es un medio que facilitaría la inscripción, comunicación y monitoreo de la iniciativa de clúster turístico?**

Gráfico 7.

Acogida de la página web Azuayas

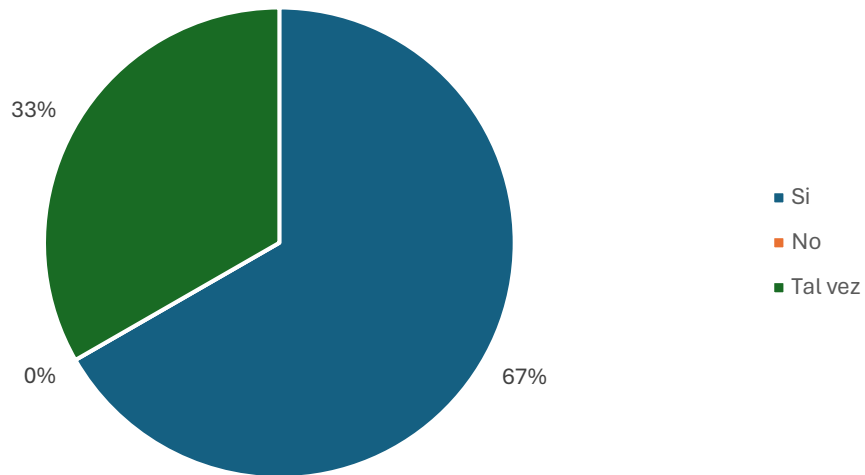


Nota: Elaboración propia (2023)

8. **¿Se inscribiría por medio de la página web para formar parte del proyecto Azuayas?**

Gráfico 8.

Inscripciones por medio de la página web Azuayas

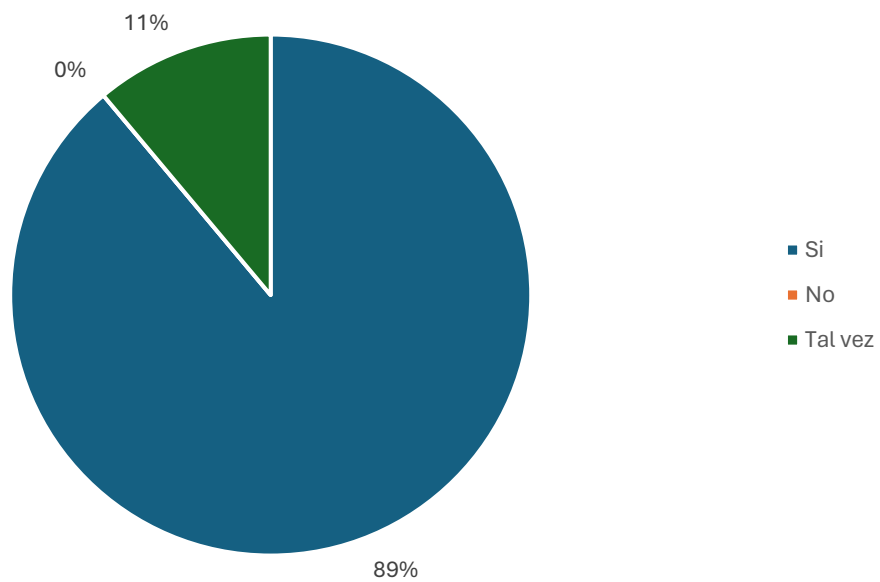


Nota: Elaboración propia (2023)

9. ¿Estaría dispuesto a asistir a las reuniones (virtuales o presenciales) preestablecidas para la consolidación del clúster turístico?

Gráfico 9.

Disponibilidad de participantes a la propuesta



Nota: Elaboración propia (2023)

10. ¿Cuál de los siguientes beneficios considera usted que se podría obtener al por formar parte del clúster turístico Azuayas?

Gráfico 10.

Beneficios que desean los participantes



Nota: Elaboración propia (2023)

Tabla 2.

Resultados de la encuesta a la pregunta 10

OPCIONES	RESULTADOS (%)
Marketing online por medio de la página web, "Azuayas"	77,8%
Inscripción directa en base de datos de prestadores de servicios turísticos	33,3%
Capacitaciones	22,2%
Posibles vínculos con otros prestadores de servicios Turísticos	77,8%

3.4 Presentación del prototipo final y propuesta de valor

El siguiente proyecto se basó en realizar un clúster turístico, el cual, se consideró de tipo territorial por tratarse de dos espacios geográficos y de subtipo cercanía debido a la distancia en que se encuentran ambas áreas de intervención.

Al unir las provincias del Guayas y Azuay; donde el cliente es la Dirección de Turismo de la Provincia del Guayas, pero, los beneficiarios son alrededor 1471 prestadores de servicio, 2 Prefecturas, los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD's) de las zonas y el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica. Adicionalmente, son considerados como usuarios en esta fase del proyecto, ya que, usarán este diseño para generar un desarrollo turístico en los espacios seleccionados y mantendrán una unión con todos los actores.

Por otra parte, la propuesta del proyecto trata de mostrar la riqueza natural y cultural que se encuentra en las provincias del Guayas y el Azuay, manteniendo el título de: Por una unión y cohesión maravillosa "Azuayas".

"Azuayas" es el nombre propuesto por los autores del proyecto, que indica la unión de ambas provincias, donde la finalidad es el trabajo conjunto, priorizar la unión y gestionar el turismo de las zonas como un solo territorio. Por ello, se presenta un "Manual de clúster turístico territorial de cercanía Azuayas", en él se encontrarán directrices en cada una de sus fases, siendo necesarias para la creación del proyecto. A su vez, se hallarán imágenes alusivas a esta iniciativa como el isologo, slogan, página web, fase de implementación, resultados y recomendaciones (manual adjunto en el **Apéndice C**).

Figura 19.

Isologo de la propuesta "Azuayas"

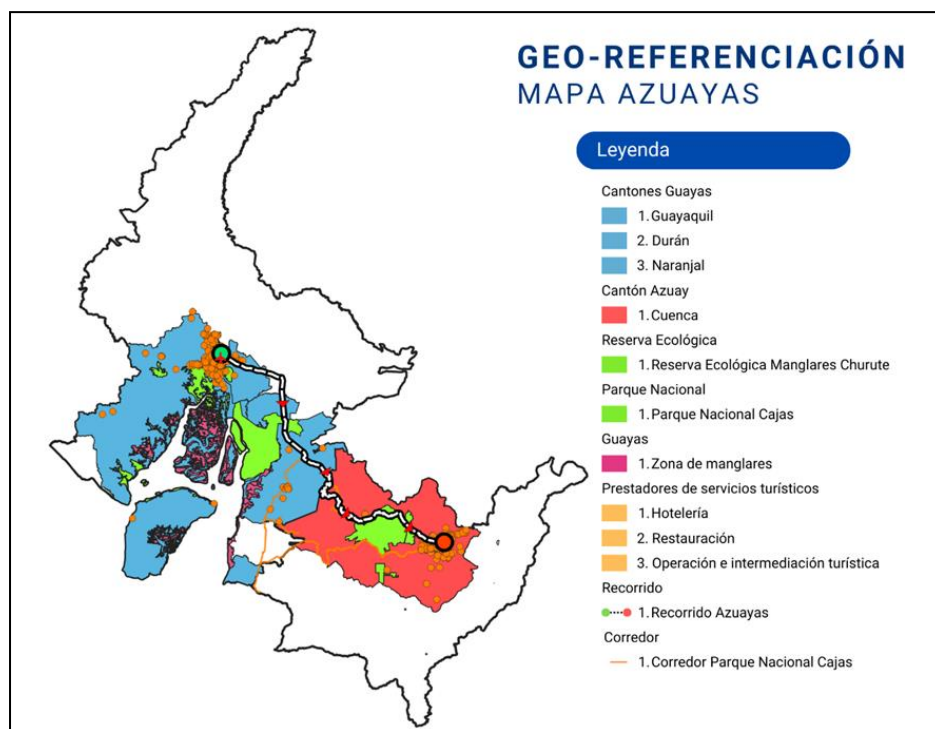


Nota. Elaboración propia.

Adicionalmente, se muestra en la **Figura 20** un mapa geográfico de las dos provincias con el título de Mapa Azuayas, debido a que simboliza la unión antes mencionada.

Figura 20.

Mapa Azuayas



Nota. Elaboración propia.

Entre otros entregables dentro del manual, se encuentra la creación de una página web con el mismo nombre del proyecto (Azuayas) que es observada en la **Figura 21**, la misma, permitirá que los prestadores de servicios se inscriban en tal colaboración y generar la unión deseada para impulsar el desarrollo turístico y la creación de alianzas estratégicas.

Figura 21.

Página web "Azuayas"



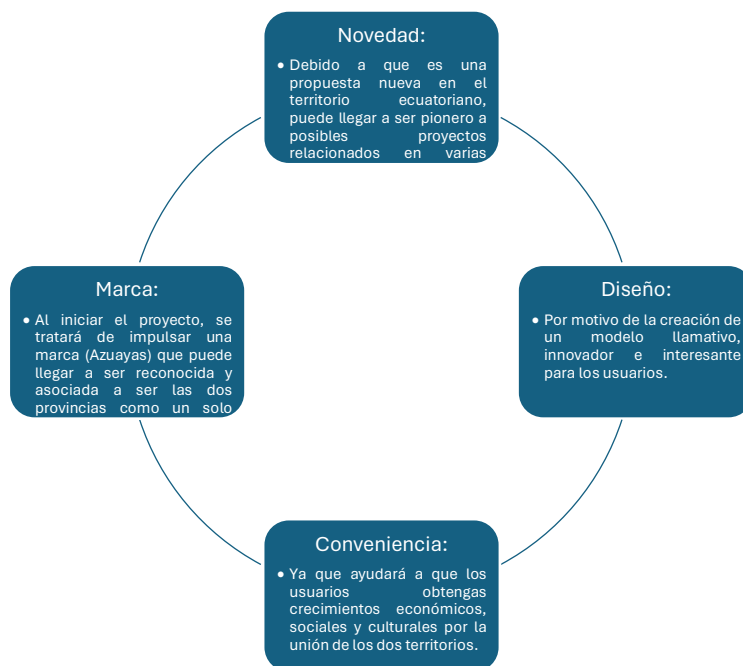
Nota. Elaboración propia.

Finalmente, mediante el análisis de los datos obtenidos en el desarrollo del proyecto se puede evidenciar que el diseño de clúster turístico es un desafío que se presenta debido a que no existe información de algún proyecto relacionado con este tema a nivel nacional, sin embargo, se podría tomar en consideración propuestas internacionales para guiarse en el proceso. Además, se puede indicar que el proyecto tiene una gran acogida por los actores, el cual, desean integrarse y trabajar de manera colaborativa. Sin embargo, se debe considerar temas como reuniones programadas, tiempo de los representantes, base de datos desactualizada, inexistencia de una política relacionada a la creación de clústeres turísticos, inversión en la propuesta, entre otros factores importantes para que concluya con éxito.

Por otra parte, el proyecto Azuayas brinda varios beneficios relacionados como la propuesta de valor en el instante que se crea, entre ellos los observados en el siguiente gráfico:

Figura 22.

Propuesta de valor



Nota. Elaboración propia.

Esta propuesta tiene la misión de establecer un entorno colaborativo que impulse la participación entre los actores turísticos y la gobernanza, garantizando la planificación integrada, el desarrollo sostenible y la excelencia de las experiencias turísticas. Mientras que, su visión se basa en ser un clúster turístico territorial de cercanía pionero que aspira verse como un ejemplo de colaboración efectiva, innovación constante y cooperación entre todos los involucrados; manteniendo el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible, especialmente:

- Industria, innovación e infraestructura.
- Alianzas para lograr los objetivos.

3.5 Análisis económico y financiero

Para la creación del proyecto, es necesario tomar en consideración los costos que se pueden presentar durante el proceso, temas relacionados a la publicidad, monitoreo, ejecución.

De tal forma, se desarrolló la siguiente tabla de costos asociados a dicha implementación con valores aproximados a un posible presupuesto.

Figura 23.

Datos financieros del proyecto

PLAN DE GESTIÓN DE COSTOS			
Proyecto	Diseño de un clúster turístico uniendo Guayas y el Azuay para la Dirección de Turismo de la Provincia del Guayas		
Autores	Belén Caamaño, Marisleysi Franco		
CONTROL DE VERSIONES			
Versión	Revisada por	Aprobada por	Fecha
1.0	Dirección de Turismo de la Provincia del Guayas	Dirección de Turismo de la Provincia del Guayas	29/11/2023
REPRESENTANTES DEL PROYECTO			
Prefectura del Guayas	Hotelería	Intermediación	
Prefectura del Azuay	Restauración	Transportación turística	
GAD's	Interpretación	Ministerio de ambiente, agua y transición ecológica	
PRESUPUESTO DE MATERIA INTEGRADORA			
Detalle	Unidades	Precio Unitario	Valor total
Sala de reuniones	1	\$ 802	\$ 802
Honorarios legales	1	\$ 1.200	\$ 1.200
Publicidad	1	\$ 5.000	\$ 5.000
Profesional en marketing	1	\$ 1.200	\$ 1.200
Profesional en fotografías	1	\$ 1.200	\$ 1.200
Especialista en programas de cartografía	1	\$ 1.200	\$ 1.200
Especialista en sostenibilidad	1	\$ 1.200	\$ 1.200
Gasto en investigación de campo	3	\$ 500	\$ 1.500
Inversión en estudios de mercado	1	\$ 1.500	\$ 1.500
TOTAL			\$ 14.802

En términos de ingresos, el proyecto, no genera ganancias económicas directas para el cliente, mientras que, los pagos que ellos realizarían son basados en presupuestos financieros que otorga el estado al departamento de proyectos de dicha entidad. De igual forma, se debe considerar que la creación del proyecto puede generar un posible listado de prestadores de servicio turístico que ayuda a mantener un registro para futuros controles de los establecimientos.

Por otra parte, estos tipos de proyecto se pueden financiar de tres formas: con presupuesto público, este se desarrollaría con valores otorgados por las entidades gubernamentales del proyecto, cubriendo los costos totales considerados para la creación y desarrollo del mismo. Por otra parte, existen los proyectos financiados por el sector privado, considerando que los prestadores de servicio pagan una membresía mensual o anual, finalmente, hay proyectos mixtos donde todos los actores intervienen y financian este propósito.

CAPÍTULO 4

4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

4.1.1 Conclusiones de la situación turística y territorial

La propuesta de un clúster turístico, no se encuentra actualmente en algún proyecto ecuatoriano, y a pesar de impulsar el crecimiento y la competitividad del turismo, ningún espacio geográfico del país ha decidido adoptarlo.

Por ello, tras el análisis de las zonas de intervención, se pudo constatar que todas las áreas poseen un potencial, que, al unirse podrían convertirse en un destino turístico del Ecuador; teniendo una diversidad de recursos, atractivos, oferta y tipos de turismo en un solo producto.

También, se pudo conocer que los prestadores de servicios turísticos siempre se han manejado de manera independiente y no han tenido alianzas con el sector o privado, sin embargo, se notan predispuestos a enlazarse con la finalidad de potenciar el turismo y atraer beneficios para sus empresas.

4.1.2 Conclusiones asociadas con la definición de elementos técnicos

Para realizar el proyecto “Azuayas” se creó un manual para la gestión de este clúster turístico territorial de cercanía; cuyo esquema general de planificación, consta con 5 fases: “Descripción de clúster turístico”, “Definición del problema y geo-referenciación de Azuayas”, “Diseño del prototipo de proyecto”, “Validación de propuesta” y por último la “Implementación” que incluye elementos técnicos y actividades de planificación que brinda asistencia a la Dirección Provincial de Turismo del Guayas para guiarse, considerar herramientas y aspectos necesarios para completar dicha fase.

Es necesario destacar el uso de herramientas como benchmarking competitivo entre siete clústeres turísticos a nivel internaciones, reflejando las características principales y la particularidad de cada uno, lo que conllevó a la ideación de una pagina web que incluya una

imagen denominada “Azuayas”, que represente a ambas provincias y sea un medio de inscripción para el usuario principal de este proyecto, los prestadores de servicios turísticos.

En cuanto al futuro del proyecto, dentro del manual se describe los pasos a seguir, desarrollando como prioridad un organigrama que considera como director y sponsor del clúster, la Dirección Provincial de Turismo para Guayas, ya que este gestionará y evaluará la continuidad y avance de dicha propuesta, seguida de los representantes del sector público que engloba a las prefecturas de ambas provincias, los GAD's, y las Organizaciones de Gestión de Destino; por lo consiguiente, están los prestadores de servicios turísticos que se dividen en representantes del sector privado y agremiaciones, y por último los visitantes nacionales e internacionales; también se especifica las actividades a realizar, el cronograma de las mismas y la estructura de desglose de trabajo.

4.1.3 Conclusiones de la validación del clúster turístico

Esta iniciativa tiene gran acogida por todos los actores involucrados en el proyecto, muchos de ellos, mantuvieron una postura de interés a querer pertenecer a la propuesta de unión de ambas provincias, brindando apertura a la colaboración conjunta, el apoyo constante y participativo, dando como finalidad la resolución al problema principal, la “Inadecuada colaboración entre las instituciones públicas de las provincias del Guayas y el Azuay para el aprovechamiento turístico de la zona”, y cumpliendo con los objetivos relacionados al término clúster de promover el desarrollo sostenible del turismo, focalizar los esfuerzos a la armonización de tipologías de turismo en el territorio, impulsar la competitividad turística y establecer una visión conjunta.

Finalmente, la propuesta “Azuayas” dio una respuesta positiva por medio de herramientas como encuestas y reuniones presenciales con el cliente durante el proceso de validación, generando aportes al desarrollo de planificación de turismo en el país y expectativas en los interesados, ya sea en el ámbito social, económico y ambiental, por medio de la implementación de los Objetivos

de Desarrollo Sostenible, en esta ocasión, el octavo objetivo que impulsa el trabajo decente y crecimiento económico, el 16 que se basa en la paz, justicia e instituciones sólidas y el 17 que habla sobre alianzas para lograr los objetivos.

4.2 Recomendaciones

Para la realización del proyecto, se recomienda considerar la opinión de todos los actores del proyecto, ya que, desean conocer específicamente cuáles serán los beneficios que obtendrán al momento de inscribirse en la propuesta de clúster turístico. A su vez, generar un acuerdo de participación que sirva como constancia de que los actores están a favor y conocen todo lo relacionado al proyecto; recordando que, por motivos de no contener un reglamento relacionado a clústeres turísticos, no existe una solvencia política que respalde a cada uno de los participantes.

Por otro lado, tras conocer que el sector público y privado buscan la visibilidad de prestadores de servicio y de los cantones no tan mencionados en el sector turístico, se indica que los modelos de clústeres internacionales son integradores y nada excluyentes; sin embargo, en el Ecuador existen prestadores de servicios turísticos que no se encuentran registrados ante el Ministerio de Turismo y se desconoce si sus establecimientos están aptos para brindar una excelente experiencia al visitante. Por esta razón, se recomienda crear un filtro que reconozcan a dichos prestadores y se realice inspecciones para corroborar la información que registraran en la página web “Azuayas” al momento de inscripción.

Finalmente, se recomienda considerar la existencia de una base de datos desactualizada relacionada a catastro e inventarios turísticos, la ausencia de una política sobre clústeres turísticos, tiempo de los actores para realizar las reuniones y en el caso de inversiones, se debe determinar cómo y cuál será el método de financiamiento del proyecto.

REFERENCIAS

Cáceres, A. N. (diciembre de 2012). EL TURISMO GENERADOR DE DESARROLLO LOCAL. Argentina: Universidad Internacional de Andalucía.

Cayo Velásquez, N. E., Apaza Tarqui, A., & Yapuchura Saico, C. R. (28 de octubre de 2019). Percepción y desarrollo turístico en áreas naturales: el caso del lago Titicaca. Perú: Universidad Nacional del Altiplano.

Martínez, R., & Fernández, A. (2018). CEPAL. Obtenido de https://recursos.salonesvirtuales.com/assets/bloques/martinez_rodrigo.pdf

Ministerio de Cultura. (2015). QHAPAQ ÑAN. Obtenido de <https://qhapaqnan.cultura.pe/procesoydeclaratoria/declaratoria>

Niagara Falls State Park. (09 de diciembre de 2014). Parque Estatal de las Cataratas del Niágara. Obtenido de <https://www.niagarafallsstatepark.com/niagara-falls-state-park>

Nordin , S. (01 de septiembre de 2003). Tourism Clustering & Innovation. Estocolmo, Suecia: European Tourism Research Institute.

Equipo BeeDIGITAL. (27 de julio de 2023). BeeDIGITAL. Obtenido de <https://www.beedigital.es/marketing/que-es-el-benchmarking-competitivo-en-marketing/>

Booking Holdings Inc. (2019). KAYAK. Obtenido de <https://www.kayak.com.ec/Napa.19604.guide#:~:text=M%C3%A1s%20de%20tres%20millones%20de,400%20bodegas%20de%20la%20regi%C3%B3n>.

Cáceres, A. N. (diciembre de 2012). EL TURISMO GENERADOR DE DESARROLLO LOCAL. Argentina: Universidad Internacional de Andalucía.

Cayo Velásquez, N. E., Apaza Tarqui, A., & Yapuchura Saico, C. R. (28 de octubre de 2019). Percepción y desarrollo turístico en áreas naturales: el caso del lago Titicaca. Perú: Universidad Nacional del Altiplano.

Diario Libre. (02 de marzo de 2017). Diario Libre. Obtenido de <https://www.diariolibre.com/actualidad/medioambiente/el-lago-titicaca-recibe-mas-de-750-mil-turistas-al-ano-pero-es-el-desague-de-23-ciudadanas-KX6451480>

Gobierno de Río Negro. (10 de septiembre de 2023). Gobierno de Río Negro. Obtenido de <https://rionegro.gov.ar/articulo/47029/el-turismo-rionegrino-continua-rompiendo-records-y-estacionalidad>

Lewrick, M., Link, P., & Leifer, L. (2020). The design thinking toolbox: A guide to mastering the most popular and valuable innovation methods. New Jersey: Achim Schmidt.

Martínez, R., & Fernández, A. (2018). CEPAL. Obtenido de https://recursos.salonesvirtuales.com/assets/bloques/martinez_rodrigo.pdf

Ministerio de Cultura. (2015). QHAPAQ ÑAN. Obtenido de <https://qhapaqnan.cultura.pe/procesoydeclaratoria/declaratoria>

Ministerio de Turismo. (Septiembre de 2022). Turismo en Cifras. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/turismo-interno/>

Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sostenible. (23 de agosto de 2023). Argentina.gob. Obtenido de <https://www.argentina.gob.ar/noticias/el-parque-nacional-iguazu-recibio-al-turista-un-millon-del-ano-2023#:~:text=La%20familia%20es%20oriunda%20de,Nacionales%20y%20de%20las%20concesionarias.&text=El%20Parque%20Nacional%20Iguazú%20recibió%20hoy%20al%20turi>

Niagara Falls State Park. (09 de diciembre de 2014). Parque Estatal de las Cataratas del Niágara. Obtenido de <https://www.niagarafallsstatepark.com/niagara-falls-state-park>

Nordin, S. (01 de septiembre de 2003). Tourism Clustering & Innovation. Estocolmo, Suecia: European Tourism Research Institute.

Prefectura del Guayas. (2018). Guayas.gob.ec. Recuperado el 16 de 10 de 2023, de <https://guayas.gob.ec/wp-content/uploads/dmdocuments/ley-de-transparencia/adjuntos/th/ESTATUTO%20ORGANICO%20POR%20PROCESOS%202018.pdf>

Tour Idiomas. (2023). Tour Idiomas. Obtenido de <https://touridiomas.com/site/cairns/>

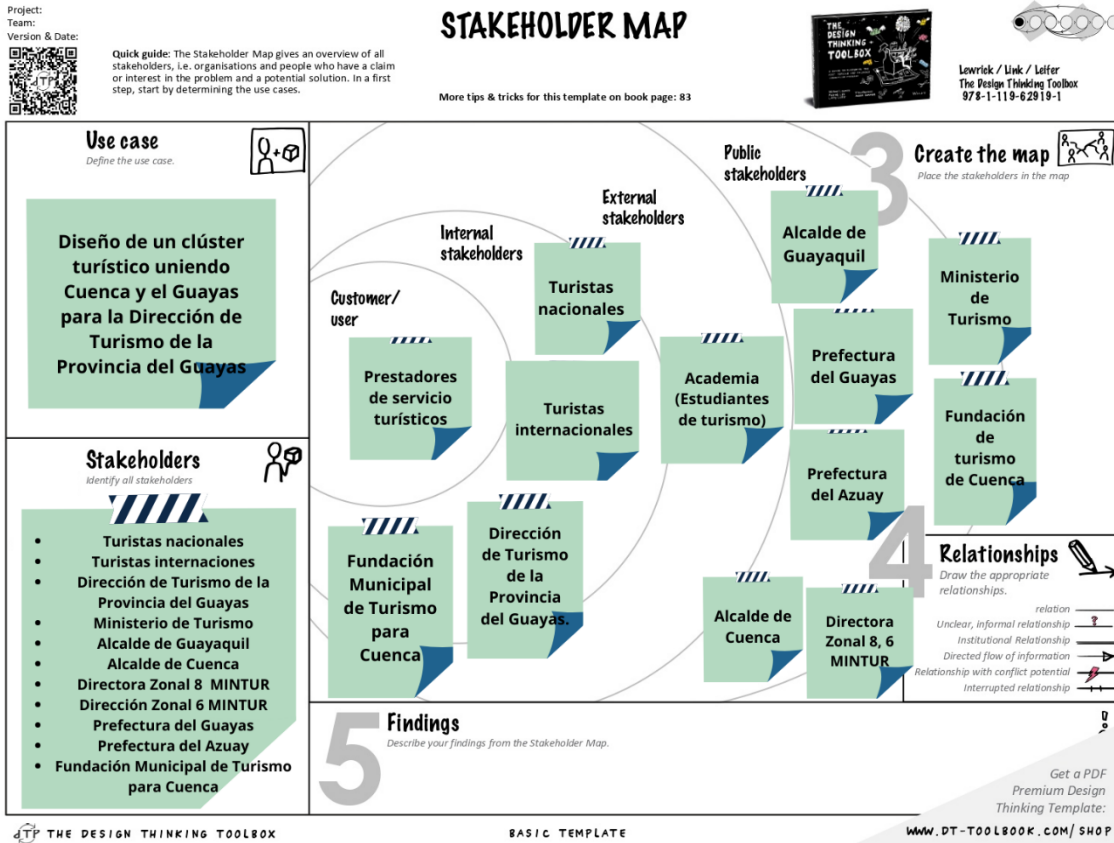
Visitar Niágara . (04 de enero de 2023). Visitar Niágara . Obtenido de <https://www.visitarniagara.com/visita/curiosidades-cifras-y-datos-de-interes-sobre-las-cataratas/#:~:text=%C2%BFCu%C3%A1ntos%20turistas%20visitan%20cada%20a%C3%B1o,de%20Nueva%20York%20en%20USA.>

Apéndice A

Mapa de actores

Figura 24.

Mapa de actores

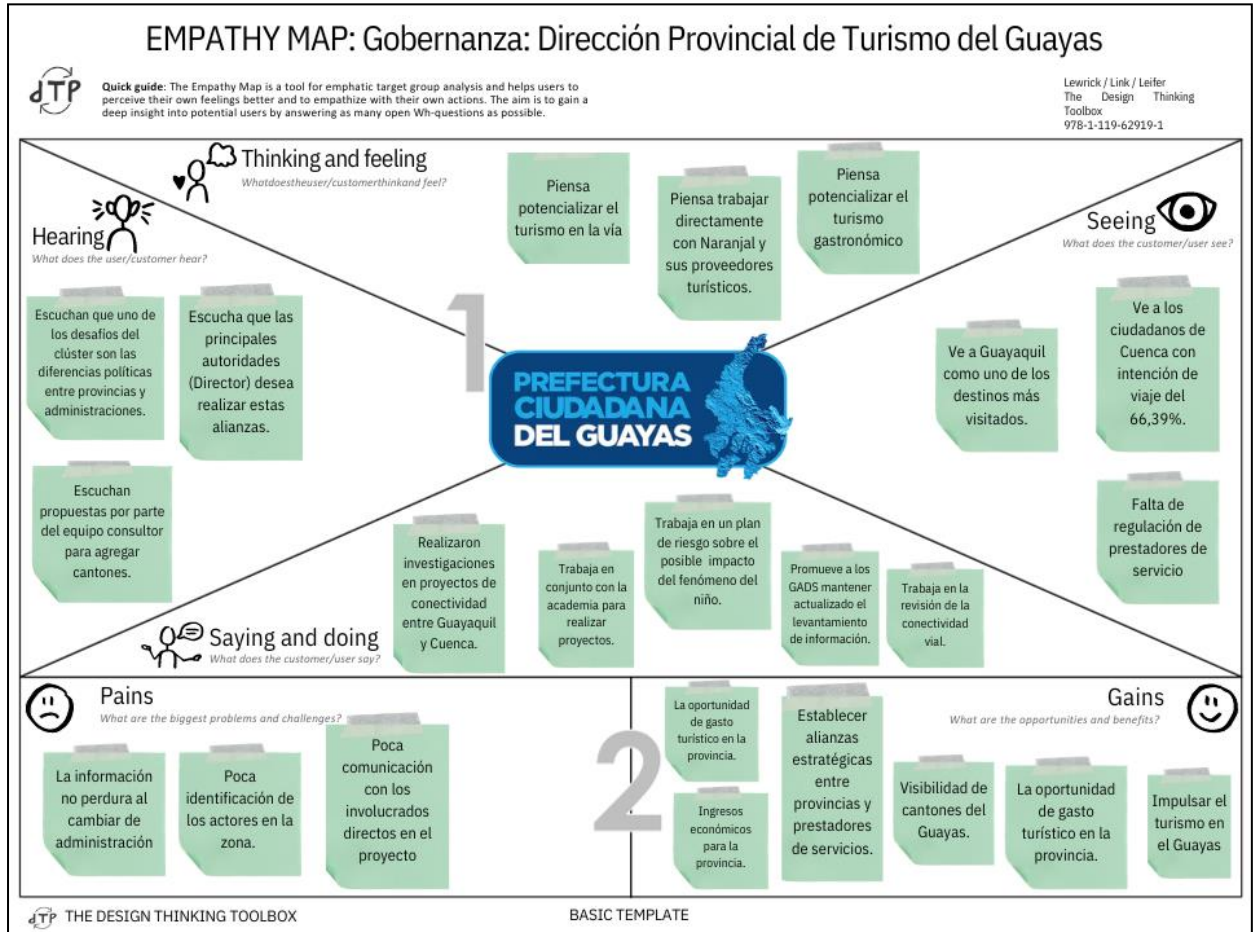


En la anterior figura se muestra el mapa de actores con el modelo Design Thinking, donde se visualiza el nombre de cada involucrado en el proyecto y en que categoria se encuentra.

Mapas de empatía

Figura 25.

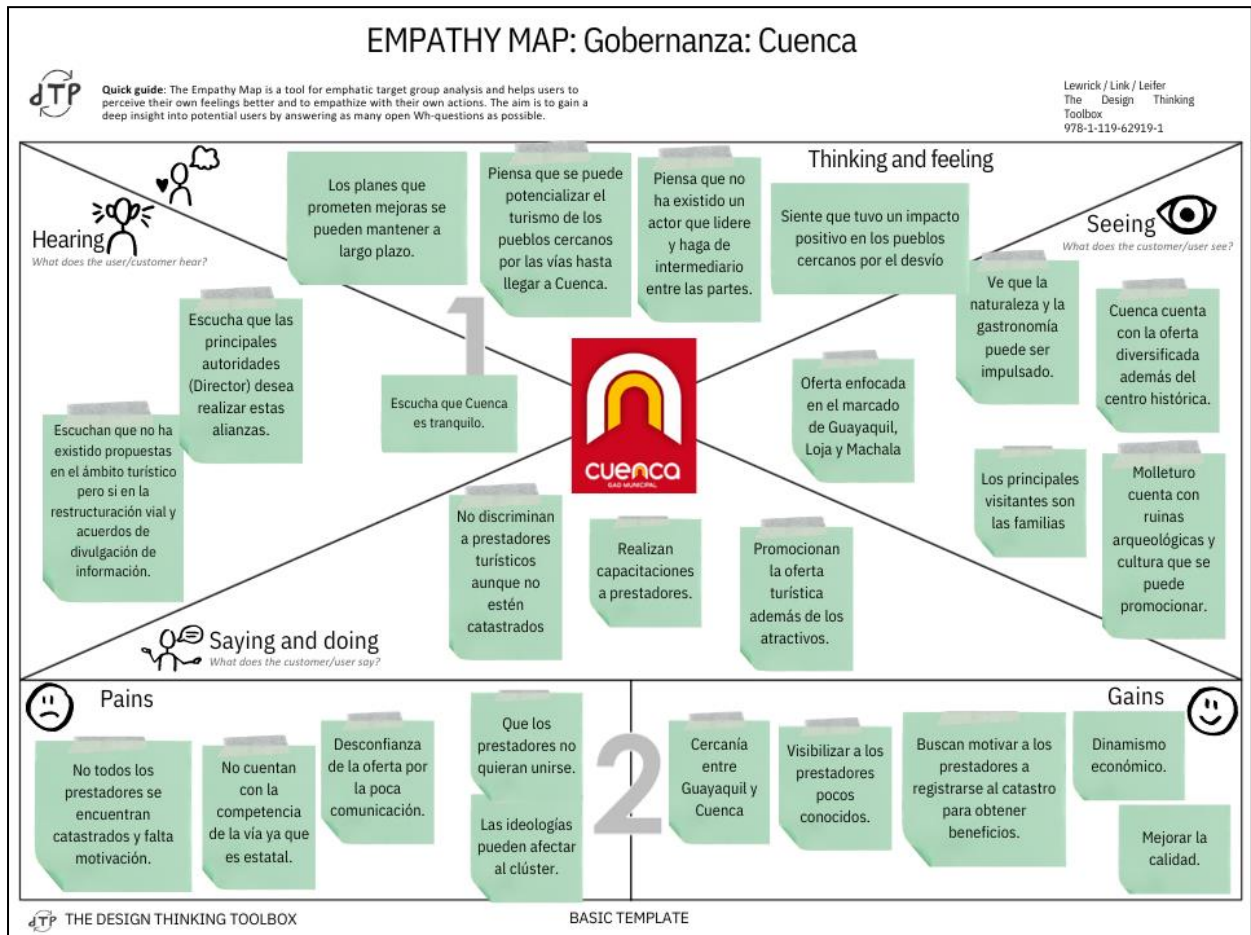
Mapa de empatía - Dirección Provincial de Turismo del Guayas



En la anterior figura, se observa el mapa de empatía realizado a la Dirección Provincial de Turismo del Guayas; para conocer que ve, que escucha, que siente, que hace o dice, dolores y fortalezas.

Figura 26.

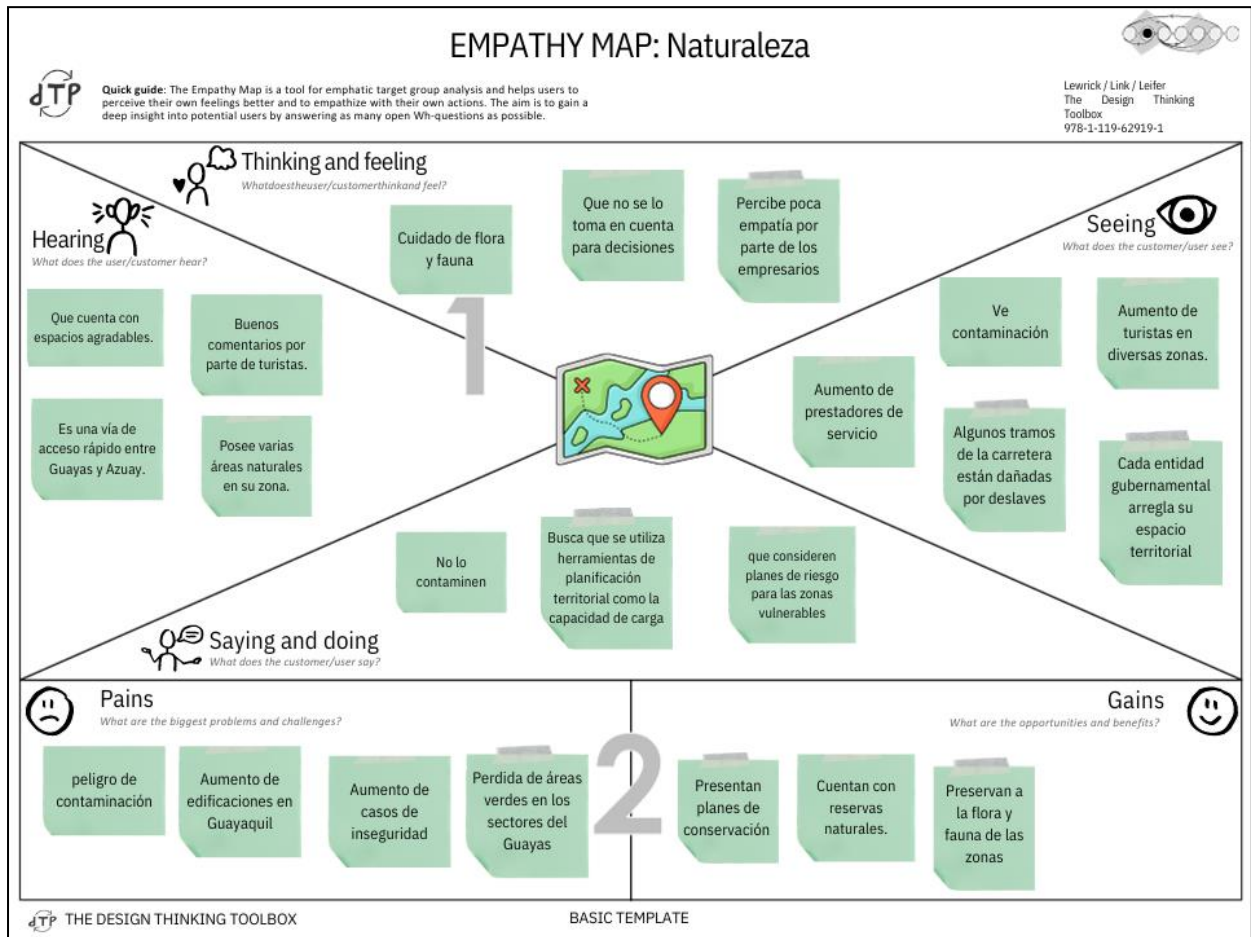
Mapa de empatía - Municipalidad de Cuenca y Prefectura del Azuay



En la anterior figura, se observa el mapa de empatía realizado a la Municipalidad de Cuenca y Prefectura del Azuay; para conocer que ve, que escucha, que siente, que hace o dice, dolores y fortalezas.

Figura 27.

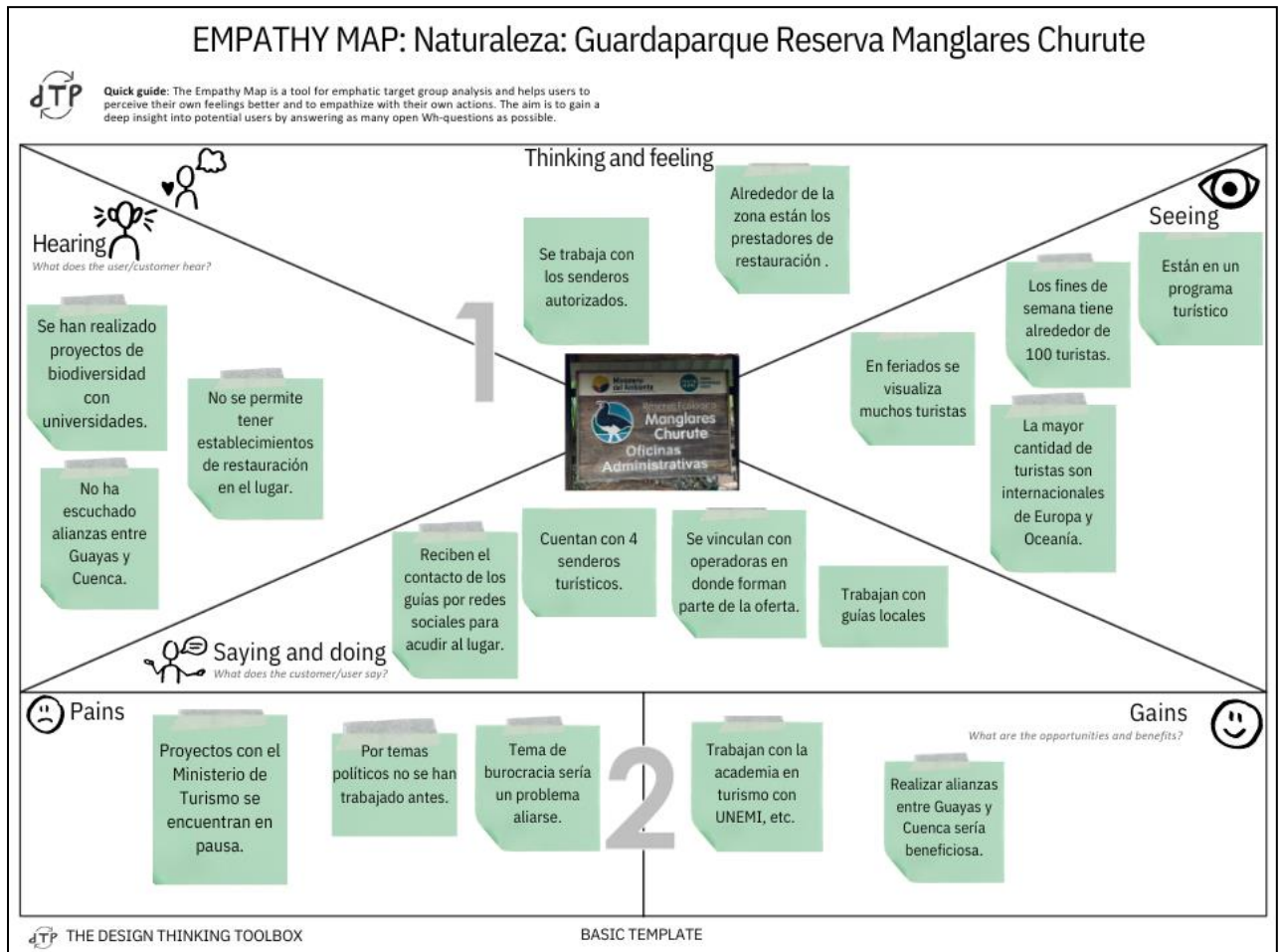
Mapa de empatía – Azuay y Guayas



En la anterior figura, se observa el mapa de empatía realizado a la naturaleza, específicamente a las provincias del Guayas y del Azuay; para conocer que ve, que escucha, que siente, que hace o dice, dolores y fortalezas.

Figura 28.

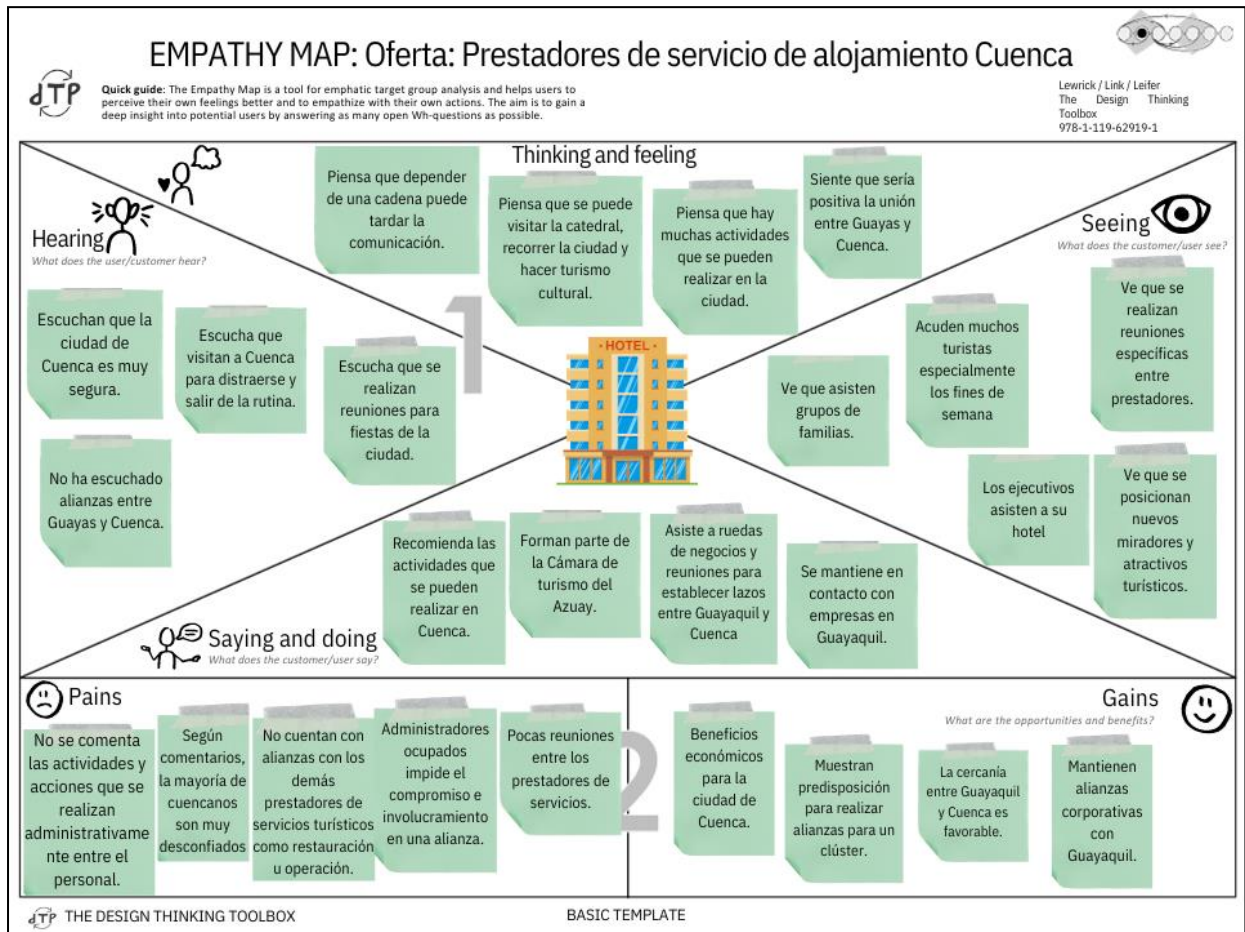
Mapa de empatía – Reserva Ecológica Manglares Churute



En la anterior figura, se observa el mapa de empatía realizado a la Reserva Ecológica Manglares Churute; para conocer que ve, que escucha, que siente, que hace o dice, dolores y fortalezas.

Figura 29.

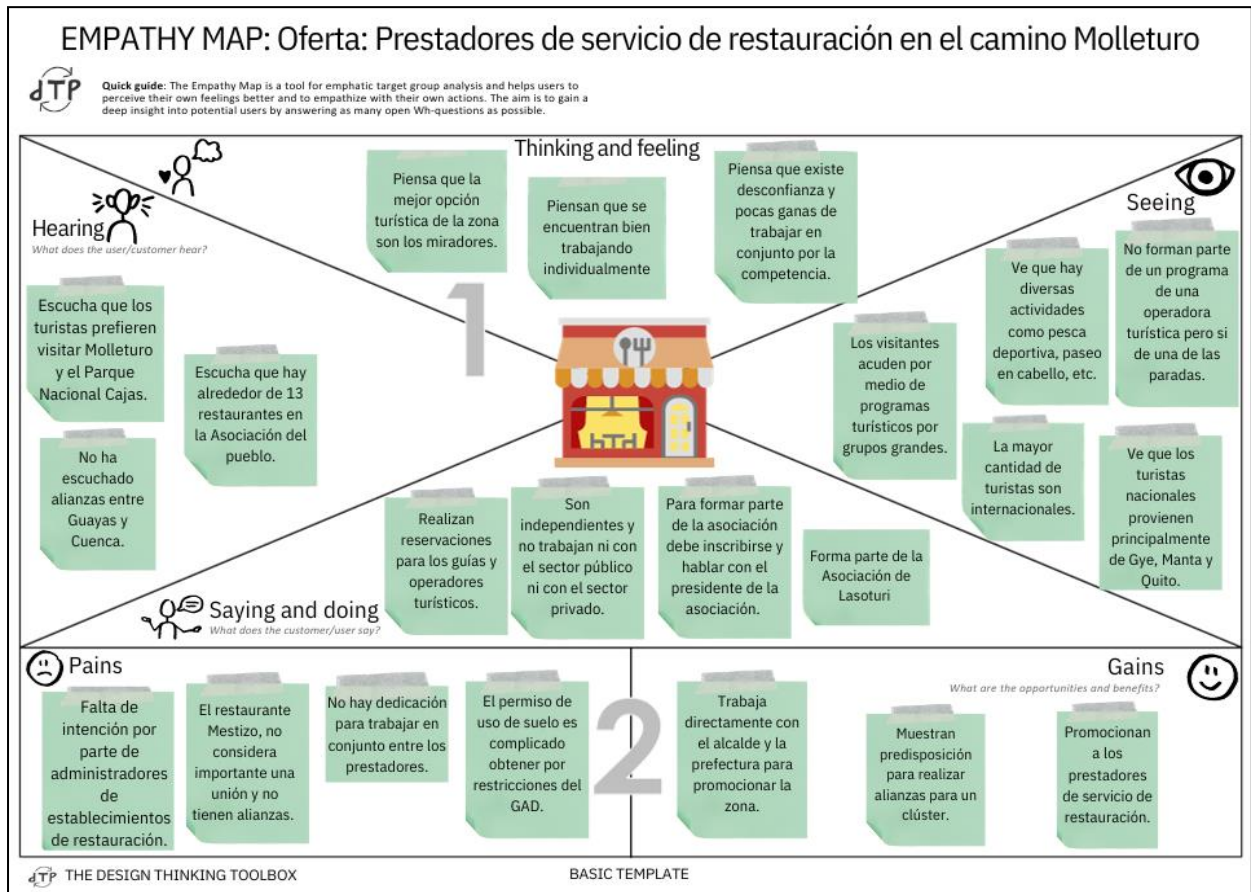
Mapa de empatía - Prestadores de servicio de Alojamiento



En la anterior figura, se observa el mapa de empatía realizado a los prestadores de servicio de alojamiento; para conocer que ve, que escucha, que siente, que hace o dice, dolores y fortalezas.

Figura 30.

Mapa de empatía - Prestadores de servicio de Restauración

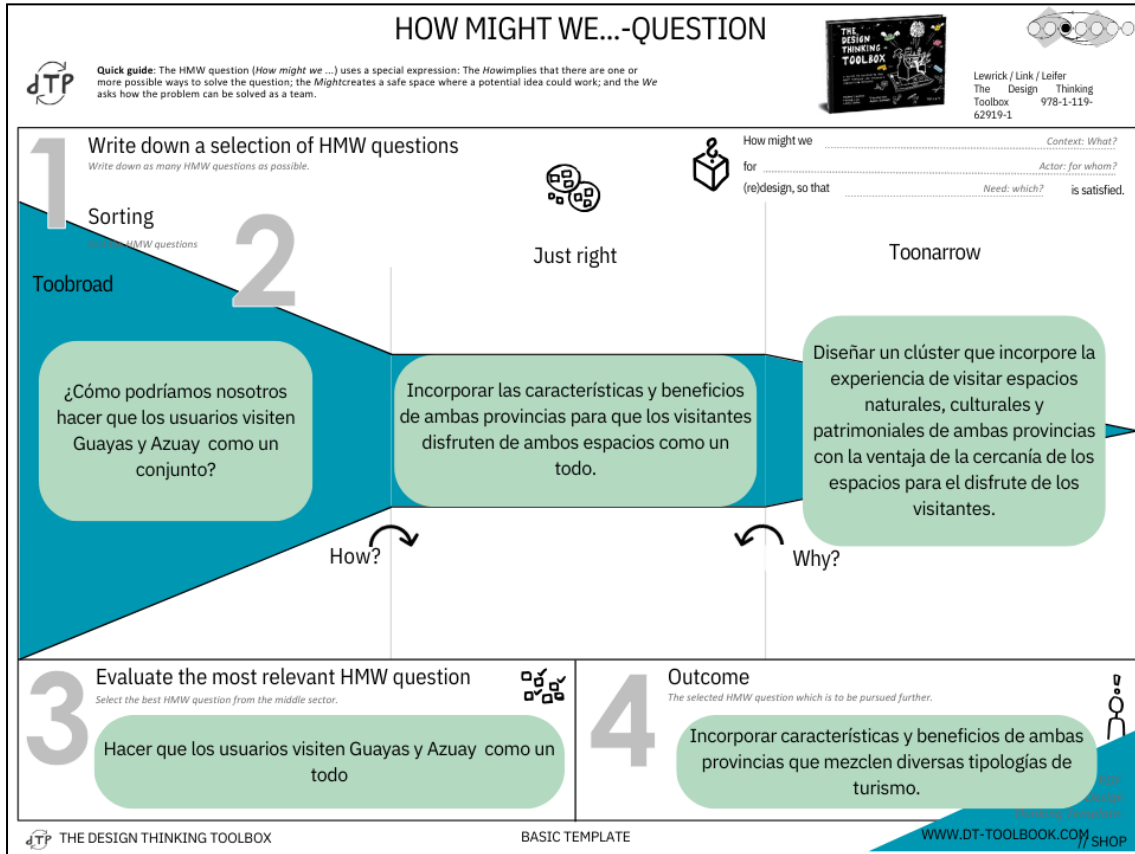


En la anterior figura, se observa el mapa de empatía realizado a los prestadores de servicio de restauración; para conocer que ve, que escucha, que siente, que hace o dice, dolores y fortalezas.

How might we

Figura 31.

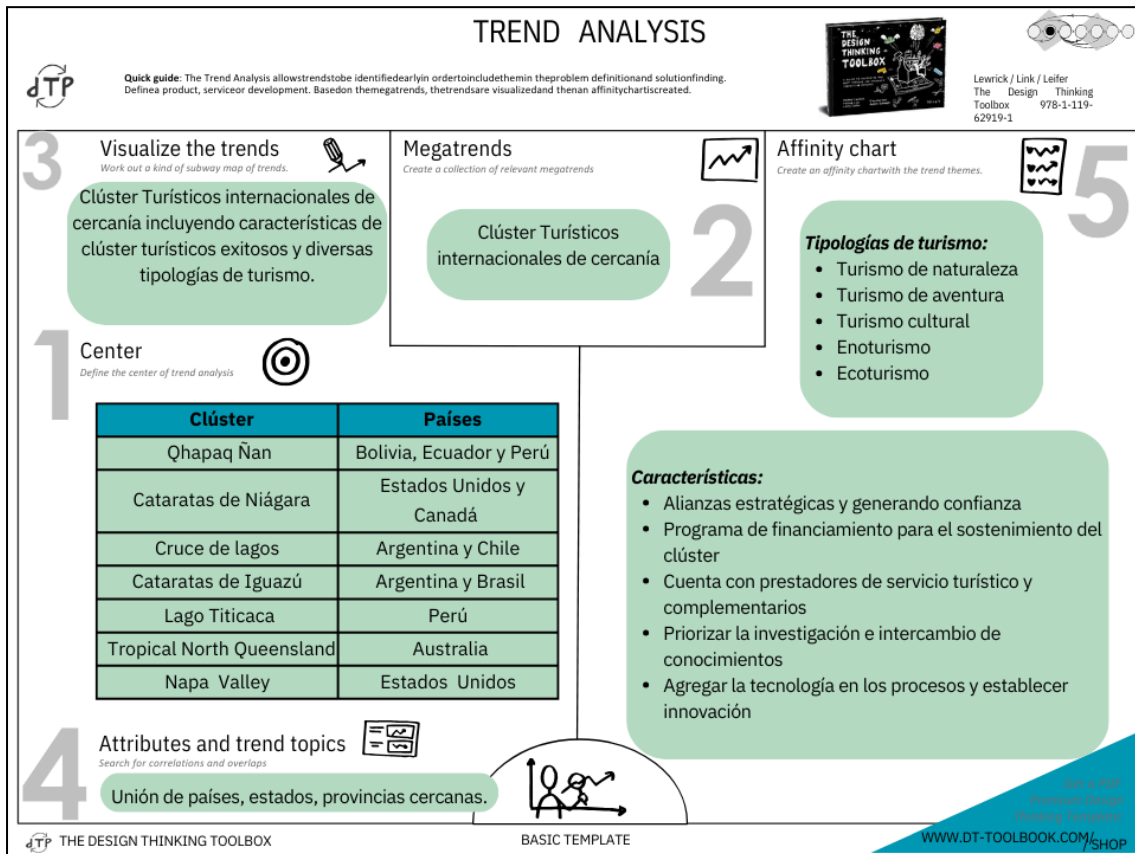
Plantilla How Might We...- Question



How might we, es una técnica en la que se replantea el desafío o problema específico en forma de pregunta con el fin de convertirlo en una oportunidad.

Figura 32.

Trend Analysis



Esta técnica definió los trends más populares y significativos de los clústeres turísticos a nivel internacional integrándolos para llegar a la posible solución.

Entrevistas

Enlace de la carpeta donde se encuentran las entrevistas realizadas a los actores del proyecto:

https://espolec-my.sharepoint.com/:f/g/personal/marjfran_espolec/Eg2DwctjuAZGjoZu9uEIjGwBITktLr1nZOX-xD-gU3dD5w?e=WhiuJr

Formulario de preguntas para la gobernanza:

1. ¿Les gustaría ser parte de un clúster turístico entre Guayas y Cuenca?
2. ¿han recibido propuestas anteriormente por parte de los actores de turismo para realizar la conexión de las dos zonas?
3. ¿Cuál cree que sea un motivo por el cual no se ha realizado esta alianza estratégica anteriormente?
4. ¿Cuáles son las zonas que usted cree como potencial turístico para incluirlas en el clúster?
5. ¿Cuáles son las características que tiene la ciudad de Cuenca y sus alrededores para formar parte de un clúster turístico?
6. ¿Cuál es el tipo de turista que visita Cuenca y sus alrededores?
7. ¿Tienen vínculos con los prestadores de servicio de la zona?
8. ¿Posee un catastro turístico actualizado donde se incluya a todos los prestadores de servicios ubicados en la vía Cuenca- Molleturo?
9. ¿Cuenta con una planificación vial donde se tome en cuenta los siniestros naturales como, por ejemplo: deslaves, fenómeno del niño, ¿entre otros?
10. ¿creen que la iniciativa del clúster turístico tendrá éxito y por qué?
11. En caso de existir cambios en la gobernanza de cualquiera de las zonas involucradas y el proyecto se ejecute, ¿cree usted que este proyecto se va a seguir manteniendo?
12. ¿Cuáles son los principales problemas o desafíos de realizar un clúster turístico en estas zonas?
13. ¿Cuál cree que sería el beneficio al realizar el clúster?

Formulario de preguntas para los prestadores de servicios turísticos:

1. ¿Qué cantidad de turistas observa en esta zona?
2. ¿Qué tipo de turistas los visita nacionales o internacionales?
3. ¿De qué provincias, regiones o ciudades cree que provienen dichos turistas?
4. ¿Cuáles son los lugares más visitados de la zona?

5. ¿Cuáles son las actividades que se pueden realizar en la zona?
6. ¿Ha escuchado alguna alianza entre las provincias de Guayas y Azuay?
7. ¿Ha recibido contacto con la prefectura o entidades de turismo a realizar alianzas estratégicas?
8. ¿Por qué no se han realizado alianzas entre los prestadores de servicios, atractivos y gobiernos locales?
9. ¿Cree usted que tendría algún beneficio al tener contacto con las entidades antes mencionadas? ¿qué beneficios sería?
10. ¿Cuáles son los principales problemas o desafíos de realizar dicha unión?
11. ¿Cuál sería un motivo por el cual los prestadores de servicio no se encuentran registrados en el catastro turístico del Ecuador?

Encuestas

Enlace de las encuestas realizadas a los actores del proyecto para el proceso de prototipaje:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdNHR4dkLLqZNNaE LPCpJX57bmvr_4QmRkL5ZSi85zuwA8tGw/viewform?usp=sf_link

Formulario de preguntas:

- Ingrese el nombre de la entidad o establecimiento al que pertenece (Ejemplo: Prefectura del Guayas, Restaurante Cielo, etc.)
- ¿Antes de leer el concepto de clúster turístico, sabía usted lo que significaba?



- ¿Ha visto usted una iniciativa que busque unir dos provincias como un todo?
- De las siguientes opciones, ¿Cuál cree usted que es el logo que identifica el Proyecto Azuayas?



- El Proyecto Azuayas tiene contemplado la presentación de una página web informativa para los usuarios y visitantes de las áreas. ¿Qué opciones cree necesarias y le gustaría encontrar en esta iniciativa?



- En el caso de haber seleccionado la opción "Chatear con un agente virtual" en la pregunta anterior, ¿Cuál cree que sería una pregunta que realizar?
(En caso de no seleccionar la opción mencionada, responder: "No Aplica").



- En caso de tener comentarios y sugerencias sobre la propuesta, escríbalas a continuación.

Enlace de las encuestas realizadas a los actores del proyecto para el proceso de Validación:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSevoALvfiOnFdLxrbNT8SfavQFdv_PTCVsPBCTpwXAf3UioPg/viewform?usp=sf_link

Formulario de preguntas:

- Indique la categoría o entidad a la que forma parte
 - a. Ministerio
 - b. Prefectura
 - c. Municipios

d. Prestadores de servicios

- ¿Antes de leer el concepto de clúster turístico, sabía usted lo que significaba?



- a. Si
- b. No
- c. Tal vez

- ¿Ha visto usted una iniciativa en turismo que busque unir dos provincias del Ecuador como un todo?
 - a. Si
 - b. No
- ¿Está usted de acuerdo con la creación de un clúster turístico basado en alianzas estratégicas entre la gobernanza y prestadores de servicio?
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Indeciso
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente desacuerdo
- ¿Cómo se siente usted con la unión de Guayas y Azuay en el diseño del clúster turístico?
 - a. Totalmente identificado
 - b. Identificado
 - c. Neutral
 - d. No identificado
 - e. Totalmente no identificado

- ¿Estaría dispuesto a formar parte del proyecto Azuayas?
 - a. Si
 - b. No
 - c. Tal vez
- ¿Cree usted que el siguiente logo representa el proyecto Azuayas?
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Indeciso
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente desacuerdo
- ¿Considera que la creación de la página web "Azuayas" es un medio que facilitaría la inscripción, comunicación y monitoreo de la iniciativa de clúster turístico?
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Indeciso
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente desacuerdo
- ¿Se inscribiría por medio de la página web para formar parte del proyecto Azuayas?
 - a. Si
 - b. No
 - c. Tal vez
- ¿Estaría dispuesto a asistir a las reuniones (virtuales o presenciales) preestablecidas para la consolidación del clúster turístico?
 - a. Si
 - b. No
 - c. Tal vez
- ¿Cuál de los siguientes beneficios considera usted que se podría obtener al por formar parte del clúster turístico Azuayas?
 - a. Marketing online por medio de la página web “Azuayas”
 - b. Inscripción directa en la base de datos de prestadores de servicios turísticos
 - c. Capacitaciones
 - d. Posibles vínculos con otros prestadores de servicios turísticos

- En caso de tener comentarios y sugerencias sobre la propuesta, escribálas a continuación.

Fotos

Enlace de la carpeta donde se encuentran las fotos relacionadas al proyecto:

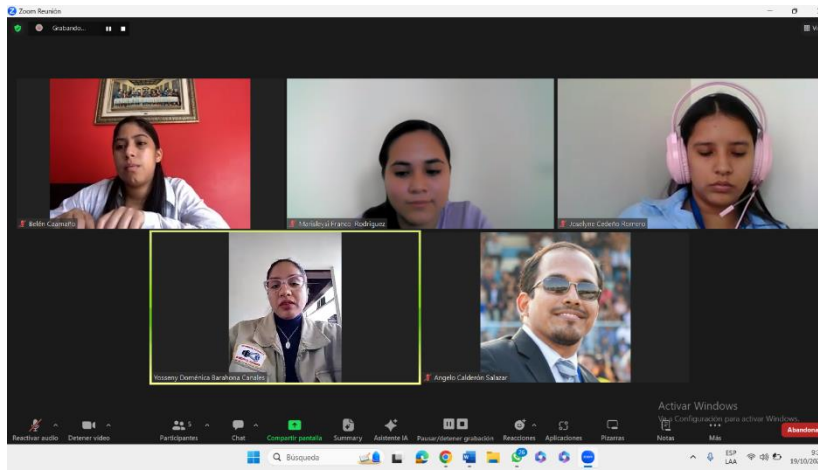
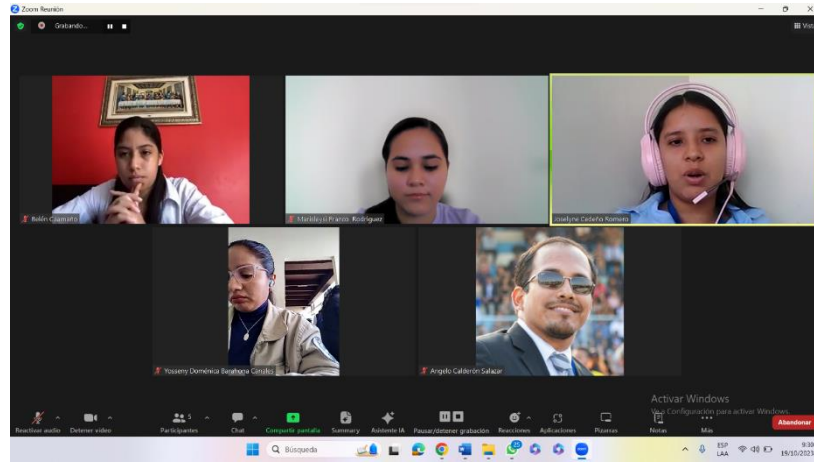
https://espolec-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/marjfran_espolec/Enuwo6OSO8pIlgTDLZXlxmlkBLNH2jxVumluEuaNDsQLOvg?e=ziWF4c











Apéndice B

Poster académico del Proyecto Clúster turístico Azuayas

Diseño de un clúster turístico para las provincias del Azuay y del Guayas.

PROBLEMA

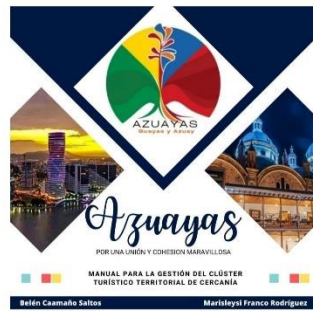
Las provincias de Guayas y Azuay poseen una gran diversidad de recursos, atractivos, oferta y tipos de turismo que han generado gran acogida por parte de los visitantes, convirtiéndose en unos de los sitios más frecuentados del Ecuador. Sin embargo, ha existido una inadecuada colaboración entre las instituciones públicas de las provincias del Guayas y el Azuay para el aprovechamiento turístico de la zona, que impulse la competitividad turística y a la participación de una visión conjunta.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar una propuesta de clúster turístico para la Dirección de Turismo Provincial del Guayas, encaminada a la integración y coordinación colaborativa por parte de la provincia del Azuay y el Guayas, mediante el diagnóstico turístico territorial de las zonas al 2024.

PROPUESTA

Un manual para la gestión del Clúster Turístico Territorial de Cercanía "Azuayas"; este contiene un esquema de planificación que redacta cada una de las fases desarrolladas, a su vez, posee un apartado de implementación que ayuda a la Dirección Provincial de Turismo del Guayas, a guiarse, considerar herramientas y aspectos necesarios para completar el proyecto.



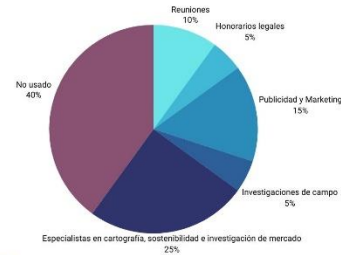
RESULTADOS

Factores a considerar para la realización de un clúster turístico

Esta propuesta tiene la misión de establecer un entorno colaborativo que impulse la participación entre los actores turísticos y la gobernanza, garantizando la planificación integrada, el desarrollo sostenible y la excelencia de las experiencias turísticas.

El proyecto busca mostrar la riqueza natural y cultural que se encuentra en las provincias del Guayas y el Azuay, manteniendo un slogan de: Por una unión y cohesión maravillosa "Azuayas".

Existe una iniciativa de información sobre clústeres a nivel nacional entre ciudades de una misma región, sin embargo no se ha realizado la implementación de dicho proyecto, es por esto, que se tomó en consideración propuestas internacionales exitosas para guiarse en el proceso.



CONCLUSIONES

- Esta iniciativa tiene gran acogida por todos los actores involucrados en el proyecto, muchos de ellos, mantuvieron una postura de interés a querer pertenecer a la propuesta de unión de ambas provincias, esta información se vio representada mediante las encuestas y entrevistas desarrolladas.
- Los prestadores de servicios turísticos siempre se han manejado de manera independiente y no han tenido alianzas con el sector público o privado, sin embargo, se notan predispuestos a enlazarse con la finalidad de potenciar el turismo y atraer beneficios para sus empresas.
- Los representantes del sector público de todas las zonas geográficas de intervención creen en una posibilidad de alianza, pero están en espera de una comunicación mutua.

Apéndice C

Guía para la creación del clúster turístico Azuayas

MANUAL PARA LA GESTIÓN DEL CLÚSTER TURÍSTICO TERRITORIAL DE CERCANÍA

"Azuaayas"



Presentado por:

- Karla Caamaño Saltos
- Marisleydi Franco Rodríguez

espol

ESQUEMA GENERAL DE PLANIFICACIÓN PARA LA CREACIÓN DEL CLÚSTER TURÍSTICO “AZUAYAS”

1.
Descripción de
clúster turístico
y del proyecto

2.
Definición del
problema y geo-
referenciación de
Azuayas

3.
Diseño de
prototipo del
proyecto

4.
Validación de
propuesta

5.
Implementación





Clúster turístico

Es el compartimiento de un enfoque común en la promoción y desarrollo del turismo en un área.



Tipo

Territorial: Esta asignación se da por ser dos espacios geográficos.



Subtipo

Cercanía: Considerado en este subtipo por la distancia territorial en que se encuentran ambas zonas.

OBJETIVOS DE UN CLÚSTER TURÍSTICO



Promover el desarrollo sostenible del turismo en una zona específica atrayendo a visitantes y generando beneficios económicos y sociales para la comunidad local.



Centrarse en la armonización de distintos tipos de turismo



Impulsar el crecimiento y la competitividad del turismo.



Visión conjunta entre prestadores de servicios turísticos y los gestores públicos



Participación proactiva de los actores de turismo hacia un mismo fin.

CLASIFICACIÓN DE CLUSTERES TURÍSTICOS



Territorial

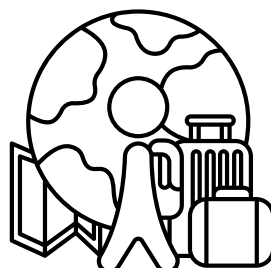
Basada en espacios geográficos

Se debe considerar la escala:

- Internacional
- Nacional
- Regional
- Destinos

La distancia:

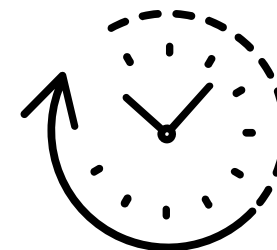
- Cercanía
- Aledaño



Tipología

Basada en tipologías de turismo

- Cultural
- Naturaleza
- Ecoturismo
- Aventura
- Religioso
- Entre otros

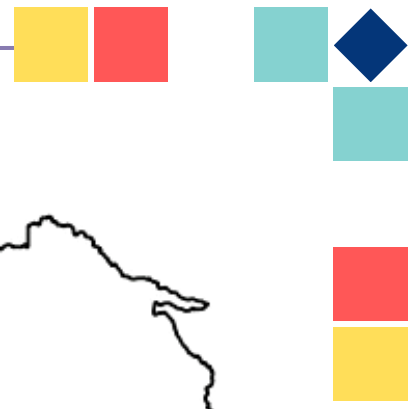


Temporalidad

Basada en estacionalidades o tiempos

- **Estacional:** que es dependiente de una temporada.
- **Todo el año:** se conserva durante todo el año

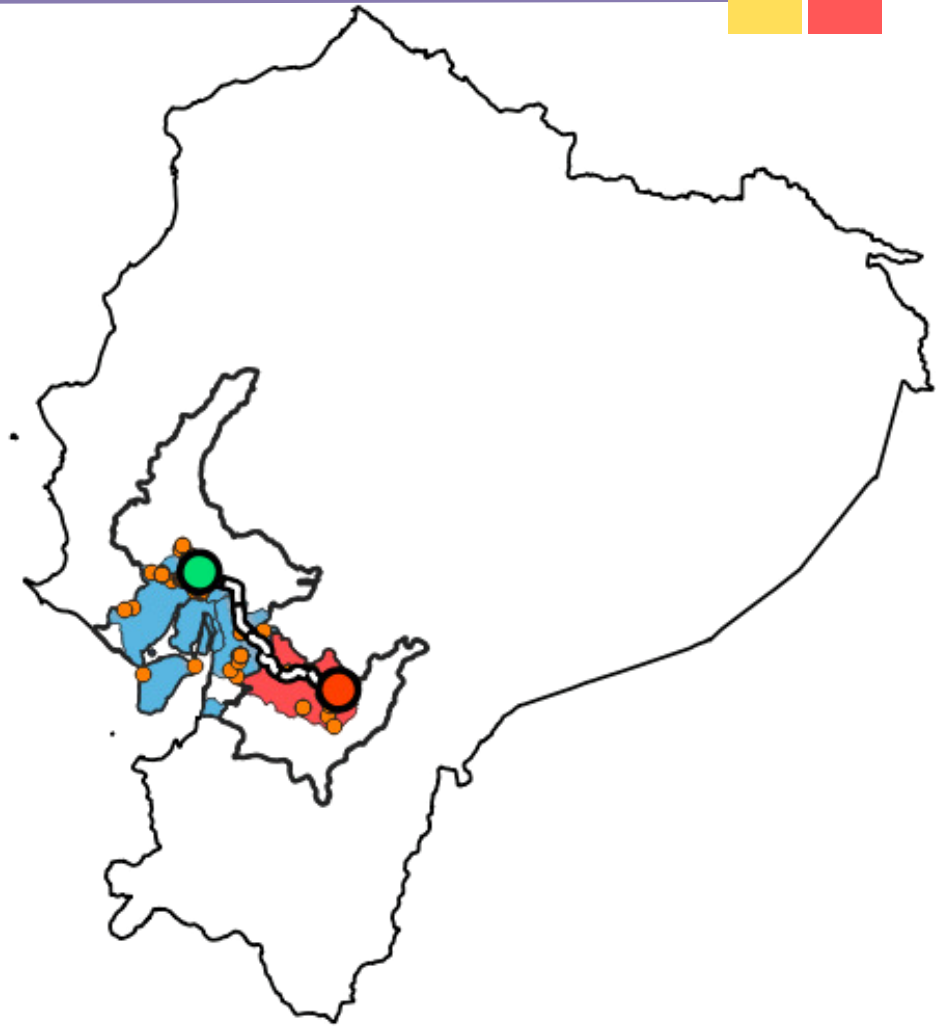
FASE 1



AZUAYAS

Es la propuesta de un clúster turístico territorial de cercanía que busca unir las provincias de Guayas y Azuay, incentivando la creación de alianzas estratégicas entre los actores de la zona.

Cabe mencionar; que al ser un clúster de cercanía, se considera los cantones más próximos del cada territorio, (en el caso de Guayas: Guayaquil, Durán y Naranjal, mientras que, en Azuay se prioriza Cuenca).



MISIÓN

Establecer un entorno colaborativo que impulse la participación entre los actores turísticos y la gobernanza, garantizando la planificación integrada, el desarrollo sostenible y la excelencia en la oferta de experiencias turísticas.

VISIÓN

Ser un clúster turístico territorial de cercanía pionero que aspira verse como un ejemplo de colaboración efectiva, innovación constante y cooperación entre todos los involucrados.

FASE 2

DEFINIR

La fase de "Definir" se trata de interpretar y sintetizar la información recopilada durante la fase de empatía para definir el problema de manera más precisa y enfocada.

Problema:
"Ineficiente colaboración entre las instituciones públicas de las provincias del Guayas y el Azuay para el aprovechamiento turístico de la zona "

- Usuario:**
- Prestadores de servicios turísticos.
- Actores internos:**
- Dirección Provincial de turismo para el Guayas.
 - Prefectura del Azuay
 - Fundación de Turismo para Cuenca

Herramientas utilizadas

Árbol de problemas

Mapa de actores

QGIS

Matriz de Valorización de Potencialidad Turística

Entrevistas

Mapas de empatía



ÁRBOL DE PROBLEMAS



- Escasos trabajos colaborativos con los prestadores de servicio
- Perdida de oportunidades para la creación, promoción y desarrollo de servicios que los beneficien a todos
- Disminución de potenciales turísticos
- Ausencia de proyectos en conjunto
- Desconocimiento de los turistas sobre atractivos, recursos y prestadores de servicio

Inadecuada colaboración entre las instituciones públicas de las provincias del Guayas y el Azuay para el aprovechamiento turístico de la zona, que impulse la competitividad turística y a la participación de una visión conjunta.

- Diferencias de pensamientos políticos de las anteriores gobernanzas
- Limitada comunicación ente sector público, privado o ambas .
- Escasos modelos de clústeres turísticos
- Ausencia de normativa que regule su creación

MAPA DE ACTORES



FASE 2

GEO-REFERENCIACIÓN MAPA AZUAYAS

Leyenda

Cantones Guayas

- 1. Guayaquil
- 2. Durán
- 3. Naranjal

Cantón Azuay

- 1. Cuenca

Reserva Ecológica

- 1. Reserva Ecológica Manglares Churute

Parque Nacional

- 1. Parque Nacional Cajas

Guayas

- 1. Zona de manglares

Prestadores de servicios turísticos

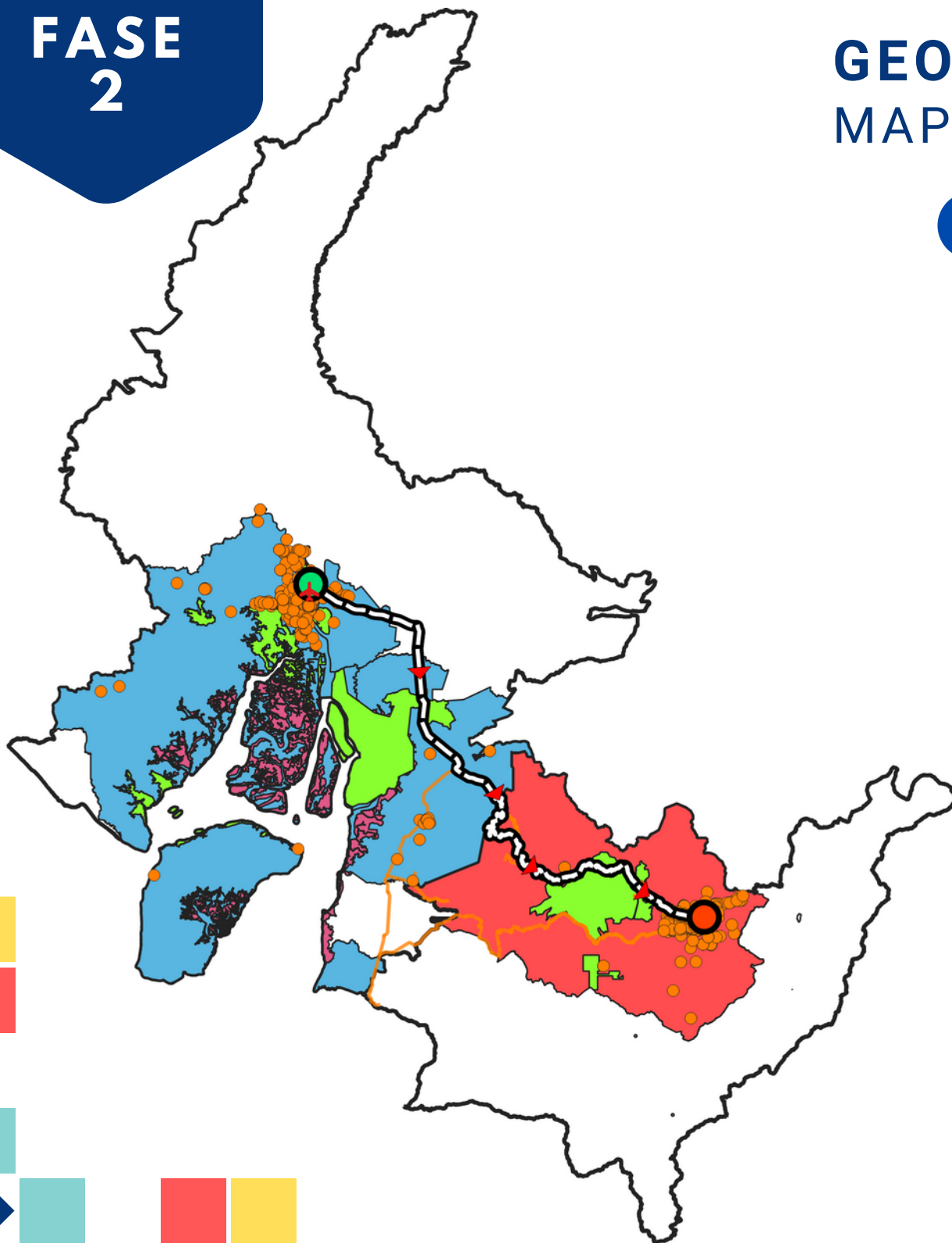
- 1. Hotelería
- 2. Restauración
- 3. Operación e intermediación turística

Recorrido

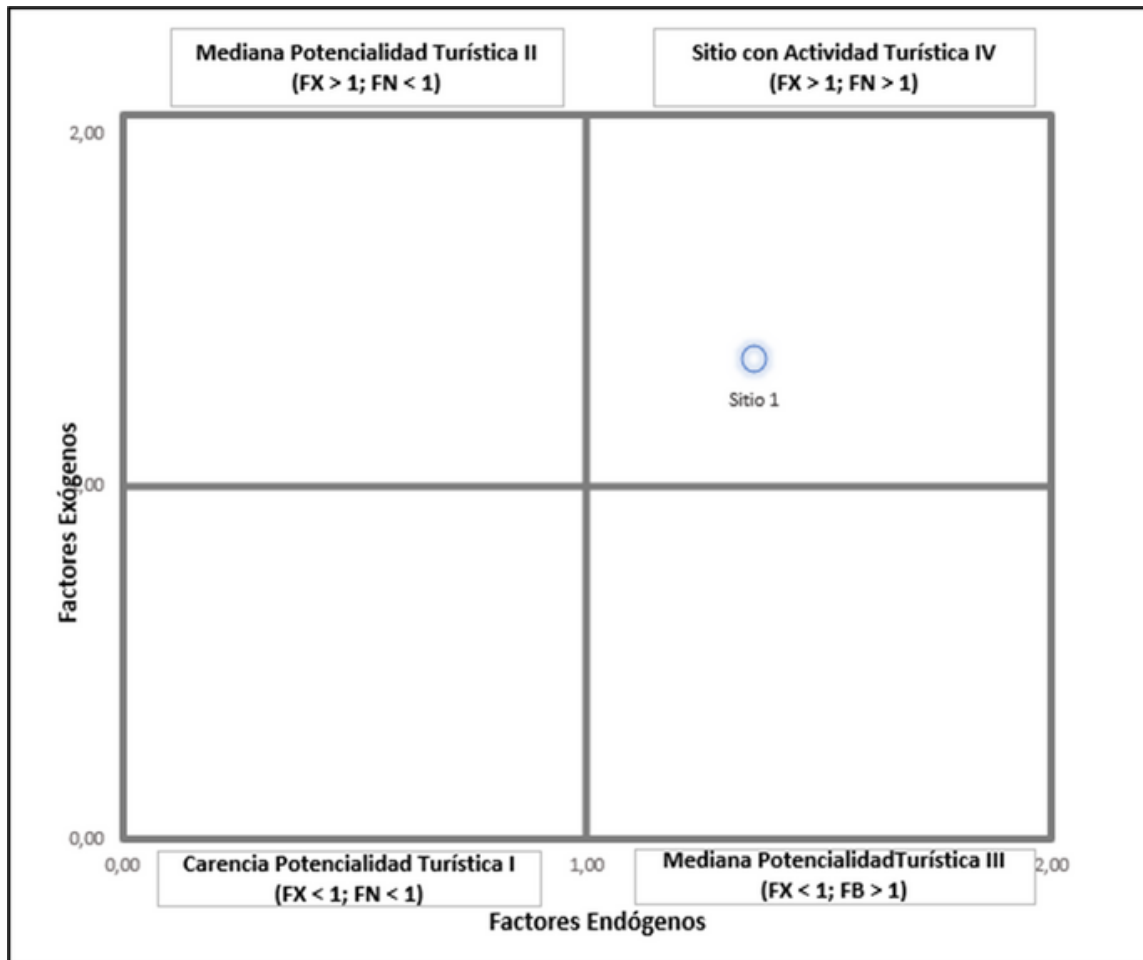
- 1. Recorrido Azuayas

Corredor

- 1. Corredor Parque Nacional Cajas



MATRIZ DE VALORACIÓN DE POTENCIALIDAD TURÍSTICA



Se puede observar como las zonas de intervención (Guayas y Azuay) se encuentra en el cuarto cuadrante de la matriz, con una denominación de sitio con actividad y potencial turístico para la realización de este proyecto; ya que, cumple con los estándares de factores exógenos y endógenos con un índice mayor a 1.

ENTREVISTA Y MAPA DE EMPATIA

1

Los prestadores de servicios turísticos mostraron interés en la iniciativa

2

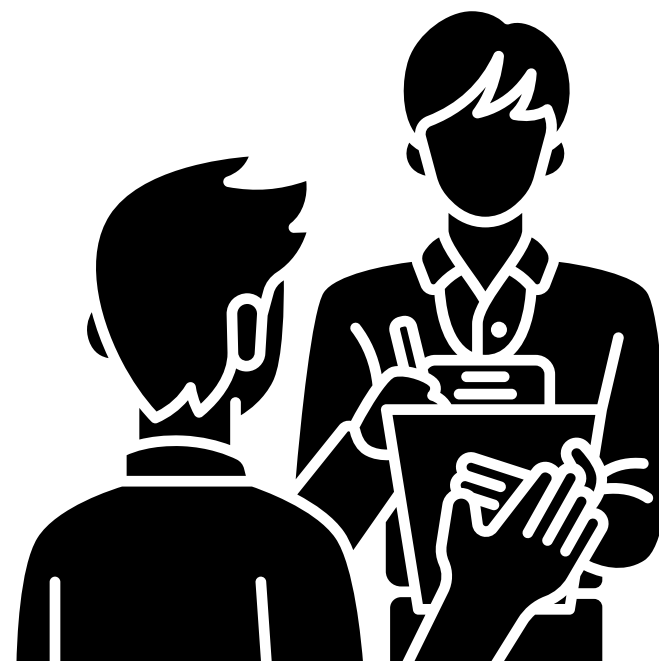
Los prestadores desean conocer los beneficios debido a que son autosuficientes y trabajan de forma autónoma

3

El sector público de las zonas de intervención creen en la posibilidad de alianza y están en espera de una comunicación mutua.

4

No han tenido proyectos turísticos que los relacione, por ello, no han realizado alianzas directas.



DISEÑO DE PROTOTIPO DEL PROYECTO



Durante la fase de diseño, los autores buscan generar ideas creativas y soluciones potenciales para abordar el problema identificado en las fases anteriores. Se alienta a la creatividad y se fomenta la generación de una amplia variedad de ideas sin juicio inicial.

¿Cómo se aplicó en el proyecto?

Etapas

Establecer nombre del clúster

Isologo

Slogan

Página web

Manual

Para la selección de la imagen del proyecto, se creó 5 propuestas de líneas gráficas que fueron validadas por los prestadores de servicios turísticos, por la Dirección de Turismo para el Guayas, la Prefectura de Azuay y Fundación de Turismo para el Cuenca.

Se diseñó la imagen de la página web, que contendrá información de las provincias y de los prestadores. (Para más información, revisar "Recomendaciones del proyecto")



FASE 3

PROYECTO "AZUAYAS"



AZUAYAS
Guayas y Azuay



Azuayas

POR UNA UNIÓN Y COHESIÓN MARAVILLOSA

MANUAL PARA LA GESTIÓN DEL CLÚSTER
TURÍSTICO TERRITORIAL DE CERCANÍA

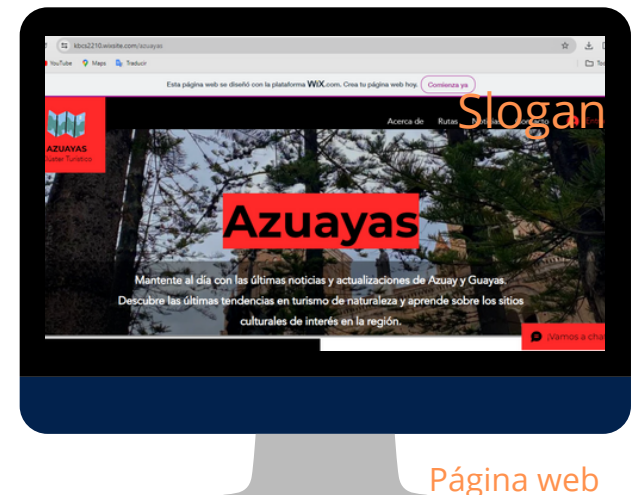
Belén Caamaño Saltos

Marisleysi Franco Rodríguez



Por una unión y cohesión
maravillosa "Azuayas"

Slogan



DISEÑO DE PROTOTIPO DEL PROYECTO



Etapa 2

Reuniones con actores

Acuerdo de participación

Presupuesto

Propuesta de valor

Impacto a ODS



Para el diseño del clúster turístico Azuayas, se reconoció que se debe tomar en cuenta temas relacionados a las reuniones programadas entre los actores, un acuerdo de participación donde todos indique que se encuentran a favor de lo tratado en las reuniones, conocer el presupuesto para la creación del proyecto y reconocimiento de la propuesta de valor con el impacto a obtener relacionados a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

FASE 4

VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Validación es el proceso de poner a prueba los prototipos con los usuarios para asegurarse de que las soluciones propuestas realmente aborden el problema de manera efectiva y satisfagan las necesidades del usuario.

¿Cómo se aplicó en el proyecto?

Herramientas

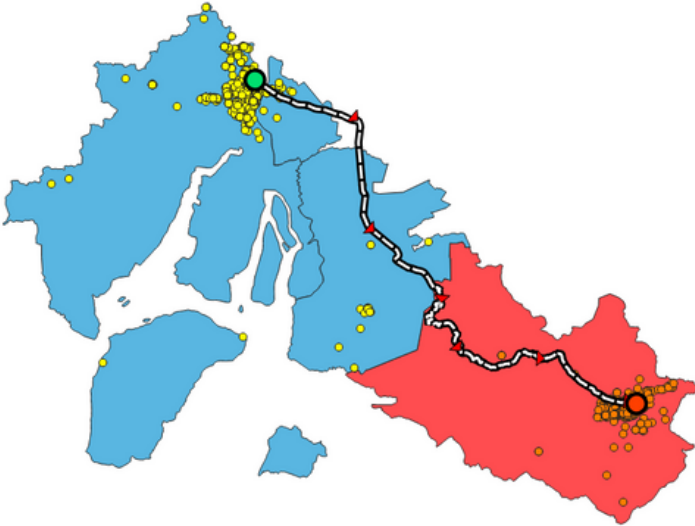
Encuestas

Análisis estadístico

Se realizó un formulario de encuesta que fue acogido por los actores del proyecto.

Mediante los gráficos estadísticos de las encuestas antes mencionadas, se observó un resultado favorable a la creación de la propuesta.

Sin embargo, se debe tomar en consideración que algunos de los usuarios desean conocer los beneficios que obtendrán al ingresar al proyecto de clúster turístico



FASE 5

IMPLEMENTACIÓN

La fase de implementación es cuando la solución se introduce en la realidad, se pone en práctica y se integra en el entorno o contexto para el cual fue diseñada.

Consideraciones



Plan de actividades



Cronograma de actividades

Recomendaciones

Organigrama

Estructura de desglose de trabajo

Indicadores de retroalimentación

FASE 5

IMPLEMENTACIÓN ORGANIGRAMA DEL PROYECTO

El organigrama del proyecto busca trabajar con una jerarquía de mando de crecimiento horizontal, es decir se requiere de la colaboración de los actores para cumplir los objetivos y planes.



Sponsor/Directores de proyecto

**Dirección
Provincial de
Turismo**



**Representantes
Sector público**

Prefectura

GAD's

**Organizaciones de
Gestión de Destino**



**Prestadores de
servicios turísticos**

**Representantes
del sector privado**

Agremiaciones



Visitantes

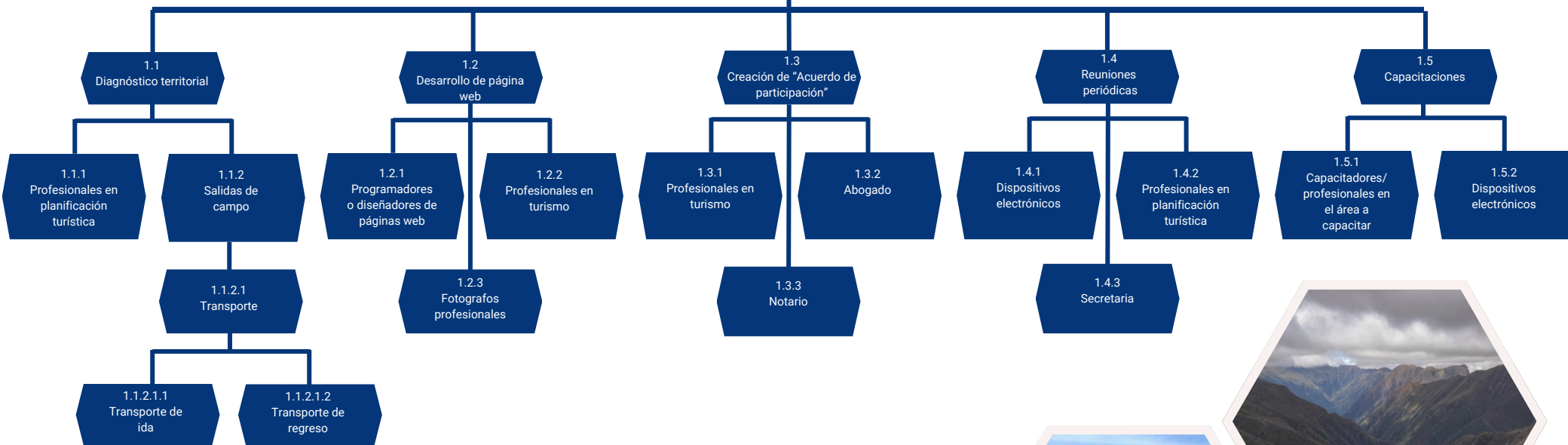
**Visitantes
nacionales**

**Visitantes
internacionales**

EDT: ESTRUCTURA DE DESGLOSE DE TRABAJO

La estructura de desglose de trabajo busca clasificar las actividades y segmentar los recursos necesarios para el plan.

1. PROYECTO AZUAYAS



INDICADORES DE RETROALIMENTACIÓN

La retroalimentación en un proyecto turístico es fundamental para evaluar su rendimiento, identificar áreas de mejora y garantizar la satisfacción de los visitantes.

Entre algunos de los indicadores de retroalimentación para este proyecto, se recomienda utilizar los siguientes:

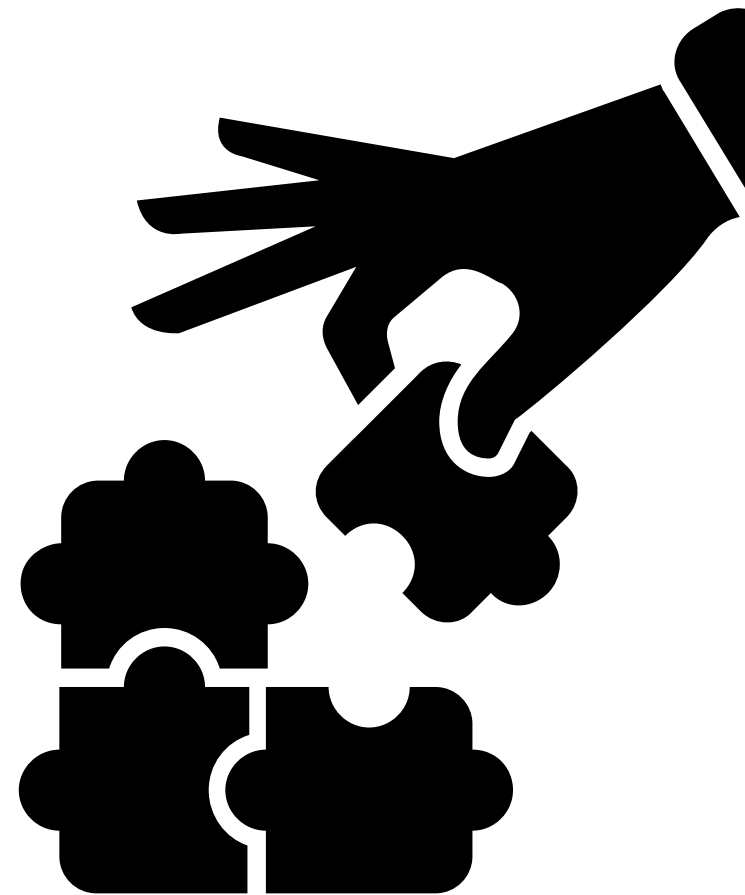
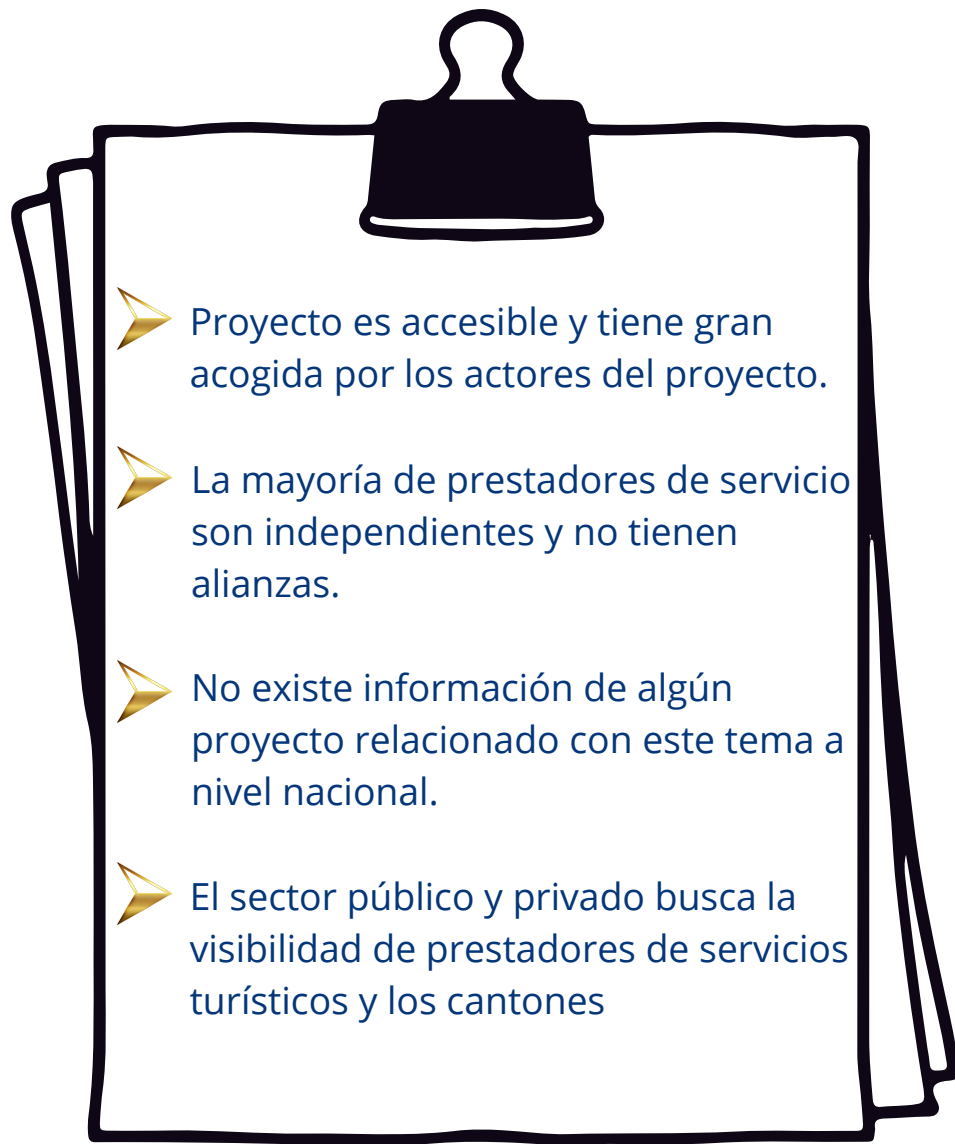
Encuestas de Satisfacción del Cliente.

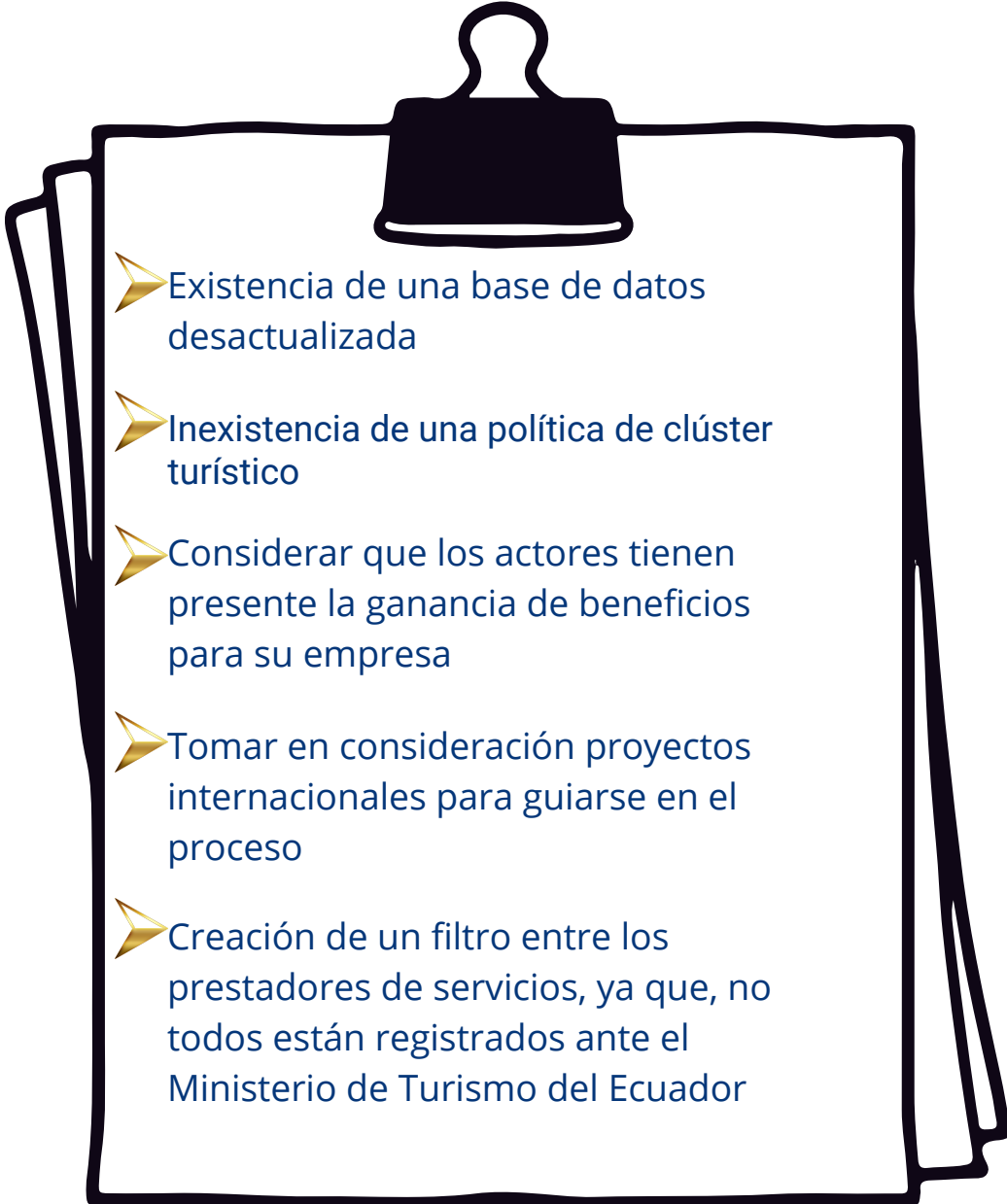
Índices de Repetición y Lealtad.

Índices de concentración turística.

Evaluación de cómo el proyecto afecta positiva o negativamente a la comunidad local.

Indicadores de Sostenibilidad.



- 
- Existencia de una base de datos desactualizada
 - Inexistencia de una política de clúster turístico
 - Considerar que los actores tienen presente la ganancia de beneficios para su empresa
 - Tomar en consideración proyectos internacionales para guiarse en el proceso
 - Creación de un filtro entre los prestadores de servicios, ya que, no todos están registrados ante el Ministerio de Turismo del Ecuador



“El trabajo en equipo genera confianza y la confianza genera crecimiento”

-Nazim Anbalath-

