

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

Diseño de un plan de ordenamiento turístico territorial para el “Nuevo Samborondón”

Proyecto Integrador

Previo la obtención del Título de:

Licenciatura en Turismo

Presentado por:

Génesis Jailene Jiménez Ruiz

Geovana María Talledo Ormaza

Guayaquil - Ecuador

Año: 2023

Dedicatoria

Este proyecto se lo dedico principalmente a Dios, por darme la fuerza e inspiración para dedicarme y lograr mis metas. También, a mis padres, por su amor, apoyo incondicional y por motivarme a dar lo mejor de mí, siendo un pilar fundamental en mi vida. Finalmente, se lo dedico a mi hermano, amigos y personas que creyeron en mí y fueron el aire fresco en mis momentos más estresantes. **Génesis Jiménez**

Le dedico este proyecto primero a Dios por haberme permitido cumplir con una meta más en mi vida. A mis padres, por ser esa fuerza para superarme cada día, por su constante esfuerzo y dedicación para hacer de mí una mejor persona en todos los aspectos. Asimismo, a mis hermanos, sobrinos, abuelos, tíos, primos, amigos por su apoyo y tiempo en este proceso enriquecedor. **Geovana Talledo**

Agradecimientos

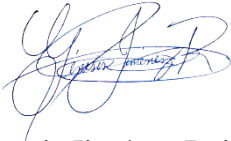
Nuestro más sincero agradecimiento a nuestros profesores que han sido parte importante en la construcción de nuestra formación académica. A las personas e instituciones que pudieron ayudarnos con información valiosa para el desarrollo de nuestra propuesta. Finalmente, a nuestros padres que estuvieron apoyándonos siempre que tuvimos que realizar las observaciones de campo.

Geovana y Génesis

Declaración Expresa

“Los derechos de titularidad (derechos de autor) del proyecto de graduación corresponderá a los autores, sin perjuicio de lo cual la ESPOL recibe una licencia gratuita de plazo indefinido para el uso no comercial y comercial de la obra autorizada a sublicenciar, incluyendo la autorización para su divulgación, y para crear y usar obras derivadas”

Guayaquil, 6 de febrero del 2023.



Génesis Jiménez Ruiz



Geovana Talledo Ormaza

Evaluadores

María Fernanda Salas Puente

Profesor de Materia

Sebastián Numa Calle Lituma

Tutor de proyecto

Resumen

Este proyecto integrador está dirigido a diseñar un plan de ordenamiento turístico territorial (POTT), que sirve de instrumento para desarrollar el “Nuevo Samborondón”; además, que permita a los visitantes reales y potenciales realizar actividades turísticas dentro del polígono territorial. El proyecto surge de la carencia de un proceso de planificación turística que permita aprovechar los recursos turísticos. Por eso, la propuesta permitirá el diagnóstico de la realidad turística actual del territorio; identificar el perfil de visitante potencial; y validar el prototipo. Para esto, se implementaron herramientas de *Planificación Turística* y *Design Thinking*, que aportaron importantes hallazgos, como: pese a la carencia de vocación turística, el territorio tiene aptitud territorial para el desarrollo de la actividad turística; la percepción de la comunidad local con respecto al turismo es baja, pero presenta una tendencia a convertirse en positiva empleando estrategias; y perfil de visitantes potenciales. El plan constituye la primera fase del proyecto, y servirá para el desarrollo, implementación y monitoreo a mediano plazo. Además, de identificar recursos turísticos, la percepción local y plantear desafíos como la identificación de mejoras para obtener vocación turística del territorio. También, presenta las directrices para la creación de experiencias turísticas, que cubran las necesidades del visitante.

Palabras Clave: planificación turística, recursos turísticos, zonificación, polígono territorial.

Abstract

This integrated project is aimed at designing a territorial tourism management plan (POTT), which serves as an instrument to develop the "New Samborondón"; in addition, it allows actual and potential visitors to carry out tourism activities within the territorial polygon. The project arises from the lack of a tourism planning process to take advantage of tourism resources. Therefore, our proposal will allow the diagnosis of the current tourism reality of the territory; identify the profile of potential visitors; and validate the prototype. For this, Tourism Planning and Design Thinking tools were implemented, which provided important findings, such as: despite the lack of tourism vocation, the territory has territorial aptitude for the development of tourism activity; the perception of the local community regarding tourism is low, but presents a tendency to become positive by employing strategies; and the profile of potential visitors. The plan is the first phase of the project and will be used for development, implementation and monitoring in the medium term. In addition, it identifies tourism resources, local perceptions, and poses challenges such as the identification of improvements to obtain the territory's tourism vocation. It also presents guidelines for the creation of tourism experiences that meet the visitor's needs.

Keywords: *planning, tourist resources, zoning, territorial polygon.*

Índice general

Evaluadores.....	V
Resumen.....	VI
Abstract.....	VII
Índice general.....	VIII
Índice de figuras.....	XI
Índice de tablas.....	XI
Capítulo 1.....	1
1.1 Introducción.....	2
1.2 Descripción del Problema.....	3
1.3 Justificación del Problema.....	5
1.4. Objetivos.....	6
<i>1.4.1 Objetivo general.....</i>	<i>6</i>
<i>1.4.2 Objetivos específicos.....</i>	<i>7</i>
1.5 Marco teórico.....	7
Capítulo 2.....	12
2.1. METODOLOGÍA.....	13
2.1.1. Marco metodológico para el objetivo específico 1.....	14
2.1.2. Marco metodológico para el objetivo específico 2.....	18
2.1.3. Marco metodológico para el objetivo específico 3.....	19
2.2. Técnicas de análisis de datos obtenidos.....	22
2.3. Criterios de rigor y ética.....	24
2.3.1. Criterios de Rigor.....	24
2.3.2. Criterios de Ética.....	25
2.4. Cronograma de investigación.....	26

Capítulo 3	28
3. Resultados y análisis.....	29
3.1. Resultados del objetivo 1	29
3.2. Resultados del objetivo 2	40
3.3. Resultados del objetivo 3	53
3.4. Análisis Financiero.....	55
Capítulo 4	68
4.1 Conclusiones y recomendaciones	69
4.1.1. Conclusiones objetivo 1	69
4.1.2. Conclusiones objetivo 2	70
4.1.3. Conclusiones objetivo 3	71
4.1.4. Recomendaciones	71
Referencias	74
Anexo 1. Árbol de Problemas	77
Anexo 2. Matriz de involucrados	80
Anexo 3. FODA.....	82
Anexo 4. Matriz de involucrados	85
Anexo 5. Matriz de Vocación Turística	88
Anexo 6. Matriz de Valoración Territorial.....	89
Anexo 7. Matriz de percepción de la localidad	90
Análisis de Herramienta: Matriz de percepción de la localidad.....	90
Anexo 8: Nuevo Samborondón	91
Anexo 9. Prototipo del plan de ordenamiento turístico territorial para el Nuevo Samborondón.....	100
Anexo 10. Póster del plan de ordenamiento turístico territorial para el Nuevo Samborondón.....	125

Anexo 11. Herramientas de validación del prototipo	127
Anexo 12. Rúbrica de evaluación del prototipo por parte de los expertos	132

Índice de figuras

Figura 1.....	13
Figura 2.....	17
Figura 3.....	21
Figura 4.....	25
Figura 5.....	26
Figura 6.....	32
Figura 7.....	34
Figura 8.....	35
Figura 9.....	36
Figura 10.....	38
Figura 11.....	41
Figura 12.....	41
Figura 13.....	42
Figura 14.....	42
Figura 15.....	43
Figura 16.....	43
Figura 17.....	44
Figura 18.....	44
Figura 19.....	45
Figura 20.....	45
Figura 21.....	46
Figura 22.....	46
Figura 23.....	47
Figura 24.....	47
Figura 25.....	54

Índice de tablas

Tabla 1.....	4
Tabla 2.....	5

Tabla 3	5
Tabla 4.	16
Tabla 5.	22
Tabla 6.	24
Tabla 7.	26
Tabla 8.	33
Tabla 9.	35
Tabla 10.	37
Tabla 11.	48
Tabla 12.	50
Tabla 13.	51
Tabla 14.	56
Tabla 15.	58
Tabla 16.	59
Tabla 17.	60
Tabla 18.	60
Tabla 19.	61
Tabla 20.	61
Tabla 21.	62
Tabla 22.	62
Tabla 23.	63

Capítulo 1

1.1 Introducción

Persona es una empresa multidisciplinaria de asesoría, consultoría y servicios que gestiona para un selecto portafolio de clientes corporativos y socios estratégicos sus negociaciones clave, asuntos públicos y manejo de crisis. Todo esto, con un enfoque único de protección patrimonial y de inversiones al más alto nivel.

Este proyecto integrador está dirigido a crear un diseño de prototipo de un plan de ordenamiento turístico territorial, que permita a los usuarios del “Nuevo Samborondón”, ya sean visitantes reales o potenciales, puedan realizar actividades turísticas, dentro de un polígono territorial que conseguirá reunir distintas áreas que posibilitarán mejorar la calidad de vida de estos.

La propuesta surgió del liderazgo del sector público y la participación del sector privado en donde contrataron a una de las empresas más importantes en el mundo “EDSA” quienes generan proyectos con conceptos turísticos, y es ahí donde se dio origen a la idea del Nuevo Samborondón, que busca crear una comunidad sostenible de uso mixto que sirve como prototipo para el desarrollo futuro en la región. En respuesta a la demanda del mercado local, el diseño de la «Ciudad Verde» crea oportunidades exclusivas para que los residentes vivan, trabajen, jueguen y se recreen dentro de un núcleo urbano. Un Parque Central que agrega una pieza central histórica y establece un acogedor corredor de espacio abierto. Este ‘pulmón verde’ fluye a través de una serie de pequeños bloques y calles estrechas, fomentando la actividad peatonal y creando un ambiente más seguro para los niños y las familias. Al reducir el consumo de energía del distrito en un 30-50%, el plan maestro mejora la capacidad de caminar al vincular los usos residenciales, comerciales, de entretenimiento y recreativos de alta densidad con el Parque Central, el río Babahoyo y las facilidades del vecindario.

En el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), esta investigación se alinea con ODS 8, relacionada con el crecimiento económico inclusivo y sostenible para todos los involucrados, además de generar empleo y plazas de trabajo, con esto se busca incrementar el Producto Interno Bruto, y encaminar políticas turísticas sostenibles que promueva los productos locales y la cultura.

También el ODS 11, se entrelaza con este proyecto para desarrollar un plan que fomente una ciudad más sostenible a través de las buenas prácticas que tendrán sus stakeholders, además de lograr que la ciudad y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles en este sitio.

Por último, ODS 17, tanto la consultora Persona, los dos sectores involucrados y los prestadores de servicios turísticos locales pueden aprovechar el plan para captar la atención de posibles visitantes reales y potenciales que pretenden dirigirse al Nuevo Samborondón, para alcanzar objetivos sostenibles basados en principios humanos y ecológicos.

1.2 Descripción del Problema

El polígono territorial “El Nuevo Samborondón” es un proyecto de la consultora Personas cuyo fin consiste en incrementar el valor del inmueble residencial a través de la edificación de viviendas en La Puntilla, una zona de importante desarrollo económico, actividad comercial y empresarial en Samborondón, permitiendo mejorar la calidad de vida de sus residentes al integrar comercios y lugares de esparcimiento en un área de 2.300 hectáreas en la cual se ubican las viviendas.

Por otra parte, no se cuenta con insumos como cartografía o un plan de ordenamiento turístico territorial que sean exclusivamente para el Nuevo Samborondón, que a su vez se diferencien del resto del cantón y den respuesta a las distintas demandas y oportunidades que

existen para agregar mayor valor en la zona, permitiendo orientar las estrategias correspondientes a nuevos mercados o sectores que complementen el proyecto inmobiliario de las viviendas. En particular, la actividad turística complementa el desarrollo urbanístico en La Puntilla, aprovechando el paisaje, los recursos, atractivos naturales y culturales disponibles para diseñar productos turísticos capaces de satisfacer a la demanda real, potencial de La Puntilla y el resto de Samborondón, comprendiendo sus necesidades con un análisis íntegro de gustos e intereses compatibles con lo que se puede ofrecer, en cuanto a turismo, ocio y recreación en la zona.

Tabla 1.

Viviendas por Zonas en Samborondón

AÑO	1990	%	2001	%	2006	2010	%
SAMBORONDÓN - Urbano	1.939	27,0	2.607	23,4	2.978	3.670	17,5
LA PUNTILLA - Urbano Satélite	1.049	14,6	3.449	30,9	5.760	9.923	47,4
SAMBORONDÓN - Rural disperso	880	12,2	907	8,1	921	2.759	13,2
TARIFA - Rural amanzanado	784	10,9	1.419	12,7	1.846	1.605	7,7
TARIFA - Rural disperso	2.541	35,3	2.778	24,9	2.891	2.983	14,2
TOTAL	7.193	100	11.160	100	14.395	20.940	100

Nota: La figura corresponde al PDOT de Samborondón (INEC - Censo Población y Vivienda 2010)

La Puntilla es, de las zonas donde predomina la construcción de urbanizaciones de viviendas, la de mayor afluencia en Samborondón con el 47,4% (Plan de Ordenamiento Territorial de Samborondón, 2022). No obstante, no se ha logrado posicionar al “Nuevo Samborondón” como parte de un corredor o destino turístico, dado que muchos de sus atractivos turísticos no constan en el catastro del Ministerio de Turismo o del GAD local o provincial. La

realidad es similar con los recursos naturales y culturales, tal como se evidencia en las **Tabla 2** y **Tabla 3**.

Tabla 4

Inventario Turístico del Cantón Samborondón

No.	Provincia	Cantón	Nombre del atractivo	Latitud	Longitud	Categoría	Tipo	Subtipo	Categoría General
142	Guayas	Samborondón	Parque Histórico Guayaquil	-191.642	-8.000.951	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Historia	Urbano

Nota: La figura corresponde al inventario turístico (MINTUR, 2022)

Tabla 5

Catastro Turístico del Cantón Samborondón

Nombre Comercial	Actividad	Casificación	Categoría	Provincia	Cantón	Parroquia	Referencia de Dirección
BOUTIQUE ORILLA DEL RIO	ALOJAMIENTO	HOTEL	3 Estrellas	GUAYAS	SAMBORONDÓN	LA PUNTILLA (SATÉLITE)	PENULTIMA CALLE ANTES DE LLECDL
HOTEL DEL PARQUE	ALOJAMIENTO	HOTEL	5 Estrellas	GUAYAS	SAMBORONDÓN	SAMBORONDÓN, CABECERA CANTONAL	ANTIGUO HOSPICIO CORAZON D'AVE

Nota: La figura corresponde al catastro turístico (MINTUR, 2022)

1.3 Justificación del Problema

Sin un producto que permita consolidar un adecuado proceso de planificación turística para el Nuevo Samborondón, las oportunidades para aprovechar los impactos positivos de la actividad turística serán limitadas y desaprovechadas al final. Los recursos disponibles, en conjunto con el talento humano reflejado en el servicio al cliente, permiten definir las directrices necesarias para que el proyecto del Nuevo Samborondón tenga un enfoque holístico capaz de generar fuentes alternativas de ingresos, dinamización de la economía, mayor reconocimiento de la zona a nivel nacional e internacional, posicionamiento del destino, nuevas inversiones, alianzas entre la empresa privada y los gobiernos locales, entre otros beneficios. Sin embargo, dicho producto debe tener presente el contexto en el cual se ha dado el desarrollo económico en

La Puntilla, pues existen problemas que merman el deseo de los visitantes de hacer en turismo La Puntilla, tales como el exceso de tráfico vehicular, pese a la existencia de un anillo vial, motivo que puede dar pie a conflictos entre la empresa pública (quien gestiona la red vial) y privada (empresas lucrativas); la carencia de servicios básicos en Samborondón, asociadas a la cobertura de agua y alcantarillado, así como el manejo y tratamiento de desechos; la insuficiencia de señalética, espacios peatonales, áreas verdes, zonas de recreación; contaminación acústica, paisajística, del aire; entre otros aspectos. Las consecuencias que podrían surgir al no dar soluciones efectivas a los problemas en el corto, mediano o largo plazo, afectarán la calidad de vida de los residentes, y a la satisfacción de turistas y visitantes, de los trabajadores de la zona y de la comunidad en general, tanto en La Puntilla, en Samborondón y Guayas. El desarrollo, en orden, y con estrategias que minimicen la incertidumbre ante las necesidades habidas y por haber en el Nuevo Samborondón se logran con la acción mancomunada del sector privado, público y comunitario, definiendo claramente los roles, responsabilidades y asignaciones de recursos y financiamiento requeridos para generar productos de calidad acordes a los desafíos propios de una transformación urbanística plena.

1.4. Objetivos

A continuación, se establecen los objetivos de este trabajo.

1.4.1 Objetivo general

Diseñar un plan de ordenamiento turístico territorial para Nuevo Samborondón, mediante herramientas técnicas de planificación turística y metodologías de pensamiento innovador, para aprovechar los recursos territoriales del lugar, a partir del año 2024.

1.4.2 Objetivos específicos

1. Investigar la situación turística actual del Nuevo Samborondón, para la identificación de la realidad contextual del turismo, a través de la indagación de fuentes primarias y secundarias.
2. Analizar el perfil de usuarios potenciales que conformarán la demanda de visitantes y vivienda en el lugar, a través de la definición e ideación de posibles escenarios que involucren la interacción entre estos actores y el turismo.
3. Validar el plan de ordenamiento turístico territorial para el Nuevo Samborondón, por medio de las interacciones del prototipo que involucren a diversos grupos de interés, para el consenso de acuerdos y estrategias de implementación.

1.5 Marco teórico

A continuación, se explicarán los diferentes temas y definiciones que ayudarán con la realización y comprensión del proyecto.

Sistema Turístico

La propuesta de un Plan de Ordenamiento Turístico Territorial (POTT), necesita establecer un sistema turístico consistente que sirva para la identificación de los distintos elementos que tiene un área para el desarrollo de la actividad turística. Para ello Sergio Molina (1991 – 2000), se destaca por presentar seis subsistemas subyacentes que son indispensables para plantear la actividad turística en las que interviene: la superestructura, la demanda, atractivos, comunidad receptora, equipamiento e instalaciones o infraestructura, que servirán para abordar de mejor manera la situación real de la zona y su estado actual en cuanto a todos estos ejes y coincide con Pineda (2019), donde estos importantes ejes tanto internos como externos que se

encuentran vinculados entre sí para impulsar el desarrollo local en los diferentes factores que lo integran.

Vocación Turística

Asimismo, la Vocación Turística, según Petrizzi (2001) “la vocación turística hacer referencia a la predisposición natural de un espacio o territorio para ser transformado en un lugar atractivo para potenciales visitantes”, esta metodología permite comprender mediante variables un análisis de aptitud y capacidad de la zona. En cuanto a la variable de aptitud, identifica los recursos turísticos, que son elementos tangibles que son de interés para los turistas; el equipamiento e instalaciones turísticas permiten desarrollar la actividad turística; por último, la infraestructura que representa bienes y servicios que satisfacen las necesidades de residentes y visitantes en el destino. Por otro lado, la variable de capacidad agrupa las condiciones políticas, sociales y económicas que facilita la actividad turística del área territorial, como lo son: el flujo de turistas, la calidad en la que los prestadores servicios brindan sus productos o servicios y a su vez la capacidad de llamar la atención del residentes y visitantes, la inclusión del destino en la oferta turística de la zona, y el proceso de planificación turística proporcionado por los organismos locales.

Ordenamiento Territorial

Otro de los temas importantes es el ordenamiento territorial, Vera Rebollo (2015), “*es la expresión espacial de las políticas económicas, sociales, culturales y ecológicas de toda la sociedad, que se llevan a cabo mediante determinaciones que orientan el accionar de los agentes privados y públicos sobre el uso del suelo. Es una política pública, destinada a orientar el proceso de producción social del espacio mediante la aplicación de medidas que tienen por finalidad la mejora de la calidad de vida de la población, a través de su*

integración social en el territorio y el uso y aprovechamiento ambientalmente sustentable y democrático de los recursos naturales y culturales”, se busca implementar esta política para el diseño del proyecto, donde se mantenga un orden adecuado de todo lo que cuenta la zona y usar de forma adecuada, sostenible el suelo en unión con los actores involucrados.

Análisis del marco legal

Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial, Uso y Gestión del Suelo (LOTUGS):

La Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial, uso y Gestión del Suelo (2016), es un cuerpo legal, proporciona las directrices generales para la planificación y el ordenamiento territorial en Ecuador. Establece los procedimientos y requisitos para la elaboración de planes de ordenamiento territorial (POT), incluyendo aquellos con un enfoque turístico (POTT).

A continuación, se presentan los aspectos destacables de LOTUGS:

- **Principios Rectores:** Establece una serie de principios rectores que deben guiar el ordenamiento territorial, en concordancia con la sustentabilidad, equidad territorial y justicia social, autonomía, coherencia, concordancia, derecho a la ciudad, función pública del urbanismo, a distribución equitativa de las cargas y los beneficios.
- **Zonificación:** Se establecen criterios y procedimientos para la zonificación del territorio, incluyendo la delimitación de áreas urbanas, rurales y de conservación.
- **Uso y Cambio de Suelo:** Regula el uso del suelo y establece condiciones y requisitos para la autorización de cambios de uso, especialmente en áreas de conservación y zonas protegidas.
- **Participación Ciudadana:** Establece mecanismos para la consulta y participación de la comunidad en los procesos de planificación.

- **Evaluación de Impacto Ambiental (EIA):** Regula los procedimientos de evaluación de impacto ambiental para proyectos que puedan tener un impacto significativo en el ambiente.
- **Patrimonio Cultural y Natural:** Presenta disposiciones para la protección y conservación del patrimonio cultural y natural, incluyendo la regulación de zonas de conservación patrimonial.
- **Desarrollo Sostenible:** La ley promueve el desarrollo sostenible y la protección del ambiente, incluyendo la regulación de áreas de conservación ecológica y la promoción de prácticas sostenibles.
- **Sanciones y Responsabilidades:** Establece sanciones y responsabilidades para quienes incumplan con las disposiciones de la ley.

Ley de Turismo del Ecuador:

Según el art. 1 de la Ley de Turismo, esta tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Ordenanza Sustitutiva A La Ordenanza De Edificaciones Para La Parroquia Urbana

Satélite La Puntilla:

Según el art. 1 de la Ordenanza Sustitutiva A La Ordenanza De Edificaciones Para La Parroquia Urbana Satélite La Puntilla (2021), la presente tiene por objeto establecer las normas generales que sobre edificaciones y construcciones deberán sujetarse las personas naturales y jurídicas, nacionales o extranjeras, públicas o privadas, y regular las funciones técnicas y administrativas que le corresponde cumplir a la Municipalidad.

Además, según el art 2. Ámbito de aplicación. - Las disposiciones de la presente ordenanza se aplicarán dentro del perímetro urbano de la parroquia urbana Satélite La Puntilla del cantón Samborondón.

Capítulo 2

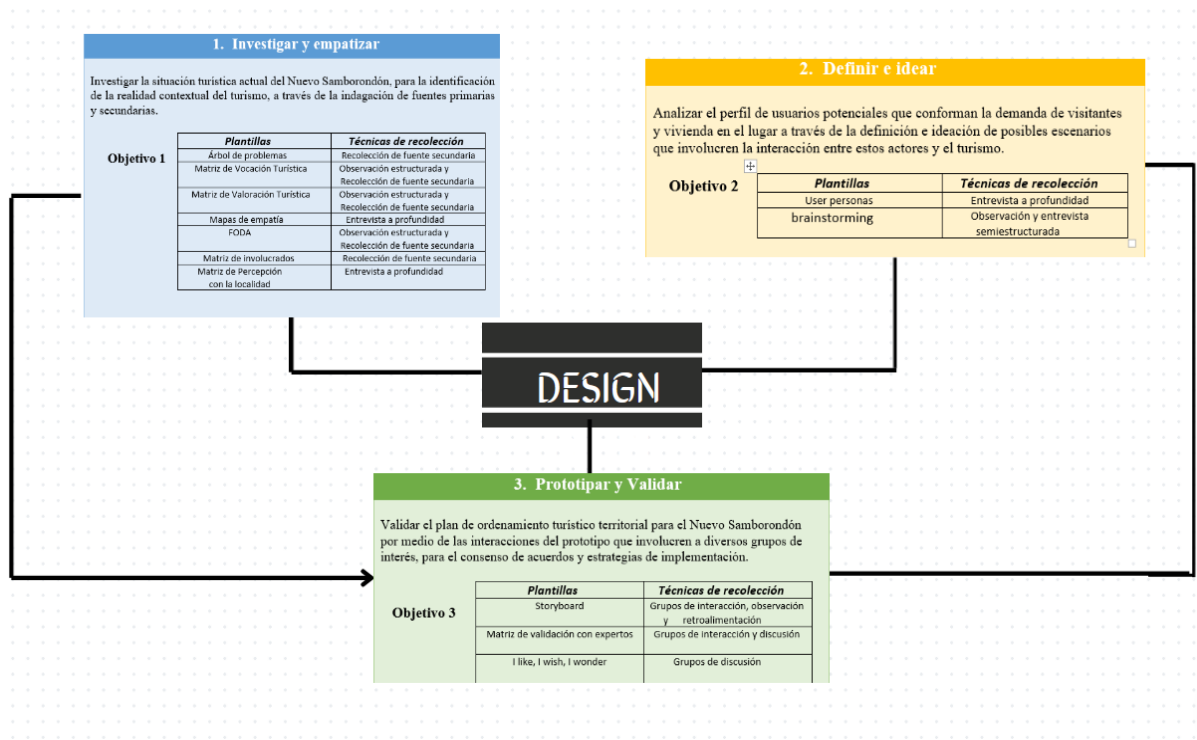
2.1.METODOLOGÍA.

Design Thinking es una herramienta que se enfoca en la resolución de problemas basándose en las necesidades del usuario final y de esa forma permitiendo desarrollar soluciones innovadoras, deseables, factibles y viables. Cabe mencionar, que tiene varias etapas, como: descubrir, definir, diseñar, prototipar, validar e implementar, pero esta última no se aplicará en el proyecto.

El objetivo principal de este trabajo es diseñar un plan de ordenamiento turístico territorial enfocado en el cliente haciendo uso de la metodología del Design Thinking, en la que a través de una solución innovadora que favorezca a los usuarios que constituyen la demanda (visitantes potenciales) en la Puntilla/Samborondón, y fortaleciendo el desarrollo urbano, turístico y sostenible del polígono territorial. Asimismo, mediante sus etapas se logrará conocer la problemática, verificar la información obtenida en investigación secundaria y fichas de observación, tener ese acercamiento profundo con usuarios y clientes conociendo sus necesidades, miedos y expectativas mediante herramientas técnicas que ayudarán a prototipar y validar una solución innovadora que cumpla con los requerimientos que se han logrado al finalizar el proyecto.

Figura 1.

Herramientas de Design Thinking asociadas al proyecto



Nota: La figura muestra las herramientas que se usan en cada una de las etapas de Design Thinking según los objetivos del proyecto.

2.1.1. Marco metodológico para el objetivo específico 1

El objetivo específico 1 de este proyecto es:

Investigar la situación turística actual del Nuevo Samborondón, para la identificación de la realidad contextual del turismo, con ayuda de la investigación in situ y/o a partir de información secundaria.

Posteriormente, se buscó resolver dudas en torno a las siguientes interrogantes:

- ¿Cuáles son los recursos y/o atractivos con los que cuenta el territorio actualmente?
- ¿Qué grado de vocación turística tiene el nuevo “Nuevo Samborondón”?
- ¿Cuál es la situación turística actual del sitio?

Para poder dar respuesta a las siguientes preguntas se presentan herramientas de Design Thinking:

Árbol de problemas

Es una técnica participativa que permite definir los problemas, causas y efectos de una manera organizada. (Centro de Investigaciones y Servicios Educativos, ESPOL). En el caso de este proyecto se enlistaron problemas con sus respectivas siglas de identificación, luego se realizó la matriz de relaciones en donde se relacionan los problemas y el que más puntaje obtiene pues es el problema que prevalecerá. Posteriormente, se colocan las causas y efectos del problema seleccionado. (Ver anexo 1)

Ficha de Diagnostico Territorial

Esta herramienta permite conocer la planta turística del territorio evaluándola en términos de clima, infraestructura turística, vías de acceso, entre otros.

Matriz de involucrados

Esta herramienta permite reconocer a los involucrados claves en un territorio para saber cuál es su posición frente a una actividad o un proyecto y determinar cómo se puede trabajar con dichos proyectos o esas personas dentro de la actividad. En la matriz de Mitchell, se establece el análisis de tres elementos: poder, legitimidad y urgencia.

Matriz de Vocación Turística

Según Bravo (2021), se define a la vocación turística como aquella herramienta que incluye recursos naturales y culturales que pueden llegar hacer visitados y estos deben estar en perfecto estado en cuanto a su infraestructura, y tener los establecimientos turísticos. También, con actores sociales cualificados que aporten al sector turístico desde sus competencias.

Tabla 6.

Formato de Matriz de Vocación Turística

Vocación Turística	
Factores y Variables "Aptitud Territorial" (AT)	
Factores	Valor
Recursos Turísticos	40%
Infraestructura	30%
Equipamiento e Instalaciones Turísticas	30%
Total	100%
Factores y Variables "Capacidad" (CA)	
Factores	Valor
Capacidad de atención	20%
Grado de planificación Turística	20%
Afluencia Turística Actual	20%
Publicidad y Promoción	20%
Importancia Turística	20%
Total	100%

Nota: La figura es recuperada de la matriz que se compartió en la materia Fundamentos de Planificación Turística. (Calle, 2023)

FODA

El FODA es una herramienta fundamental en el proceso de planificación, pues es un estudio que beneficia el plan de negocios y brinda un enfoque sobre los factores internos y externos dentro de una organización (Riquelme, 2016).

El análisis FODA se realizó para evaluar la situación actual de la zona territorial desde diferentes perspectivas: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Mapa de empatía

Es una herramienta que permite empatizar con el usuario a través de preguntas, como: ¿Qué piensa y siente?, ¿Qué ve?, ¿Qué oye?, ¿Qué dice y hace?, ¿Cuáles son sus dolores?

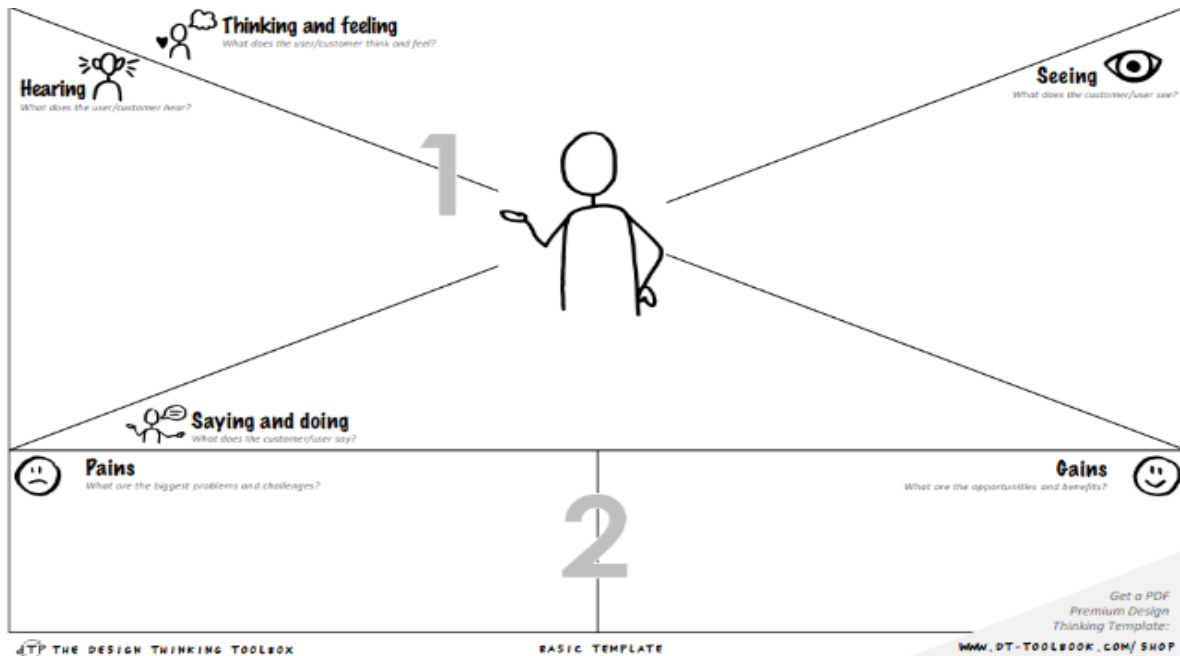
(esfuerzos), ¿Cuáles son necesidades?, y de esta forma ponerse en el lugar del mismo haciendo que tal acercamiento sea más real.

El objetivo es entender al usuario y ajustar el prototipo a las necesidades de cada actor involucrado (Salcedo, 2020).

En este proyecto, es conocer el problema desde una perspectiva más real, basándose en entender al cliente, usuario final e involucrados claves a través de sus necesidades y sentimientos en relación con sus acciones. En relación con la zona territorial y su relación con el Turismo. (Ver anexo 3).

Figura 2.

Mapa de Empatía



Nota: La figura 2 muestra la plantilla utilizada para la elaboración de los mapas de empatía de consultora Persona y los actores involucrados (Lewrick & Leifer, 2020).

Matriz de valoración territorial

Esta matriz permite valorar el territorio en función a la aptitud territorial que posee para realizar turismo dentro del mismo, por ejemplo, vías de acceso, señaléticas, servicios básicos, entre otros (Calle & Chaca, 2023).

Matriz de percepción de la localidad

Esta matriz permite conocer la percepción de la localidad a través de cuatro criterios como lo son: dimensión social, percepción local, percepción económica y nivel de la organización, y de esta manera se puede conocer como la localidad recibe el turismo en el territorio (Calle & Chaca, 2023).

2.1.2. Marco metodológico para el objetivo específico 2

El objetivo específico 2 de este proyecto es:

Analizar el perfil de usuarios que constituyen la demanda de vivienda y visitantes en la Puntilla a través de la definición e ideación de posibles escenarios que involucren la interacción entre estos actores y la oferta turística.

- ¿Cuáles son los sitios con más afluencia de visitantes dentro del territorio?
- ¿Qué perfil tienen los visitantes potenciales hacia la Puntilla - Samborondón?
- ¿Cuál es la necesidad o necesidades de los usuarios que debe satisfacer este proyecto?
- ¿Qué se requiere en el Nuevo Samborondón para recomendar su visita?
- ¿Cuáles son los servicios turísticos más solicitados por los usuarios?

Para poder dar respuesta a las siguientes preguntas se presentan herramientas de Design Thinking:

Brainstorming

Es una técnica que permite aportar ideas y de esa forma generar soluciones adecuadas para el problema. Es importante mencionar que se utiliza para mejorar algún producto, una empresa o alguna estrategia, esto lo puede llevar a cabo una persona o un equipo.

User personas

Esta es una herramienta que permite conocer al usuario y empatizar con él. De esa forma, se creará un producto en base a las necesidades y expectativas de una manera muy adecuada, mediante las entrevistas que se realizarán en la investigación de campo. Además, se definirá el perfil del usuario con características que permita reflejar con claridad el perfil de la demanda potencial, se presentarán las siguientes: Género, motivación de visita al sitio, edad, medio de transporte, con quién suele visitar el sitio e intereses.

Encuestas a usuarios

En este proyecto se realizarán encuestas a los usuarios para ampliar los insights obtenidos de la investigación secundaria. Asimismo, se precisaron preguntas relacionadas a:

- Los recursos y atractivos turísticos en La Puntilla Samborondón
- Frecuencia y preferencias de visita
- Tipologías de turismo que más realizan los usuarios

2.1.3. Marco metodológico para el objetivo específico 3

El objetivo específico 3 de este proyecto es:

Validar el plan de ordenamiento turístico territorial para el Nuevo Samborondón por medio de las interacciones presenciales y/o virtuales del prototipo que involucre a diversos stakeholders, con sus respectivos acuerdos y estrategias de implementación.

- ¿Qué debe contener un plan de ordenamiento turístico territorial?
- ¿Quiénes deben estar involucrados en el plan de ordenamiento turístico territorial?
- ¿Cuáles son los lineamientos y propuestas a trabajar en el plan turístico de ordenamiento territorial?

Para poder dar respuesta a las siguientes preguntas se presentan herramientas de Design Thinking:

Prototipar

Storyboard

Esta herramienta sirve para contar una historia a través de una narración gráfica que puede ser un vídeo, dibujos o recreaciones en ordenador, sobre el producto que se necesite presentar y ver las ventajas que ofrecerá al usuario.

El proyecto se prototipará con un vídeo dinámico, con los temas más importantes y relevantes del plan de ordenamiento turístico territorial del lugar, además de recibir una retroalimentación inmediata del cliente y así implementar mejoras para el producto final.

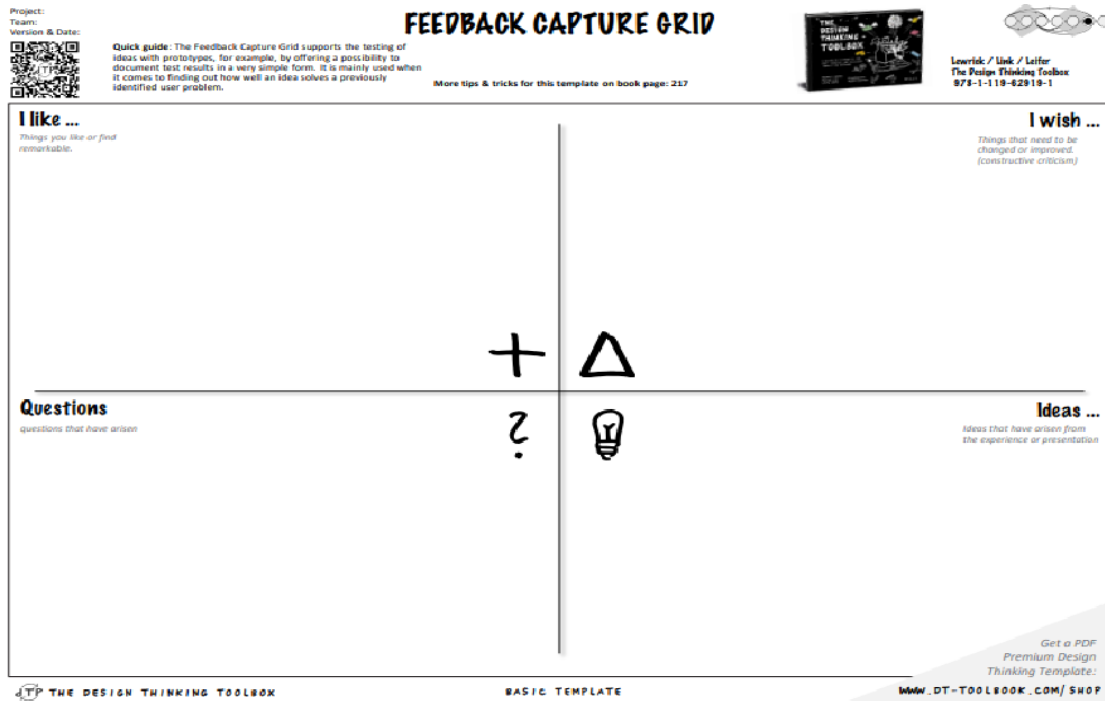
Validar

Matriz de validación con expertos

Es una herramienta que permite testear los aspectos que se pueden mejorar en el prototipo del producto y a su vez poder valorar si el prototipado es válido para el cliente, usuarios y demás involucrados. Para este paso es muy importante contar con la colaboración activa de los expertos en el campo.

Figura 3.

Matriz de validación con expertos



Nota: La figura muestra la plantilla utilizada para validar el producto final con los expertos (Lewrick & Leifer, 2020).

I like, I wish, I wonder.

“Me gusta, deseo, me pregunto”, es una herramienta que permite proveer retroalimentación constructiva por parte del equipo, validando diferentes opciones. (Lewrick, M., Link, P. & Leifer, L., 2020)

Esta técnica sirvió para que los consultores de este trabajo obtengan retroalimentación de los usuarios con los que se validó el prototipo. Y a través de esta herramienta conseguir sugerencias de mejoras, y comentarios que ayuden a mejorar el producto final.

2.2. Técnicas de análisis de datos obtenidos

Esta fase se realiza tras la recolección de datos, los mismos obtenidos con observaciones no participantes, fichas de observación, entrevistas a profundidad, guías de entrevistas, recolección de información secundaria, entre otras técnicas y herramientas.

Para analizar los datos recolectados del proyecto del Nuevo Samborondón, se usaron técnicas que ayudan a establecer códigos y categorías, relacionar patrones, examinar e interpretar a profundidad los datos; que permitirán responder a las preguntas de investigación de cada objetivo planteado.

Codificación

A continuación, una tabla de la codificación hecha con base en fichas de observación, investigación secundaria, análisis de contenidos y análisis de redes sociales, que responden a las preguntas de investigación de primer objetivo.

Tabla 7.

Ejemplo de codificación inicial

Raw data	Códigos iniciales	Fuente
Aproximadamente 134 urbanizaciones cerradas se ubican en la zona, así como gran cantidad de centros comerciales, restaurantes, bares, entidades bancarias y centros educativos	Número de urbanizaciones y/o viviendas en La Puntilla	Ficha de observación
El Teatro Sánchez Aguilar, El Parque Histórico y el Museo de los presidentes en la UEES son los atractivos turísticos	Atractivos turísticos de la zona	Ficha de observación

**a los que se pueden acceder si estás
cerca de La Puntilla**

Ausencia de programas o proyectos en el PDOT de Samborondón (2023) en los cuales la actividad turística se involucre en la dinámica de proyectos económicos y/o de vivienda en el sector la Puntilla	Programas o proyectos turísticos para el Nuevo Samborondón	Análisis de contenidos (PDOT Samborondón 2019 – 2023)
---	--	---

En un sector del norte de Guayaquil aumenta la presencia de taxi rutas que van hacia La Puntilla	Transporte desde o hacia la Puntilla	Análisis de redes sociales (Twitter)
---	--------------------------------------	--------------------------------------

Fuente: Autoría propia (2023)

Codificación Axial

Es una técnica de análisis de datos que permite analizar y categorizar datos de la investigación cualitativa obtenida de los mapas de empatía, mapas de actores y matriz de validación con expertos, lo que contribuirá a la identificación de patrones y relaciones que tienen los perfiles de visitantes e interesados del proyecto.

Análisis de sentimientos

En esta técnica se analizan datos no estructurados, como texto o comentarios en redes sociales, se utilizan para evaluar el sentimiento de las personas hacia los sitios del Nuevo Samborondón.

Segmentación y Categorización

Se emplean para dividir datos en grupos o categorías.

Tabla 8.

Ejemplo de categorización inicial

Categorías	Subcategorías	Códigos iniciales respaldando la elaboración de categorías y subcategorías (productos de la fase 1 de codificación)
Regeneración urbana Nuevo Samborondón	<i>Transformación</i>	Incremento en la plusvalía Proyectos públicos y privados
Turismo	<i>Vocación Potencialidad turística</i>	Importante presencia de establecimientos de restauración Presencia de atractivos turísticos

Fuente: Autoría propia (2023)

Tabulaciones y gráficos

Se utiliza para el análisis de datos cuantitativos.

2.3. Criterios de rigor y ética

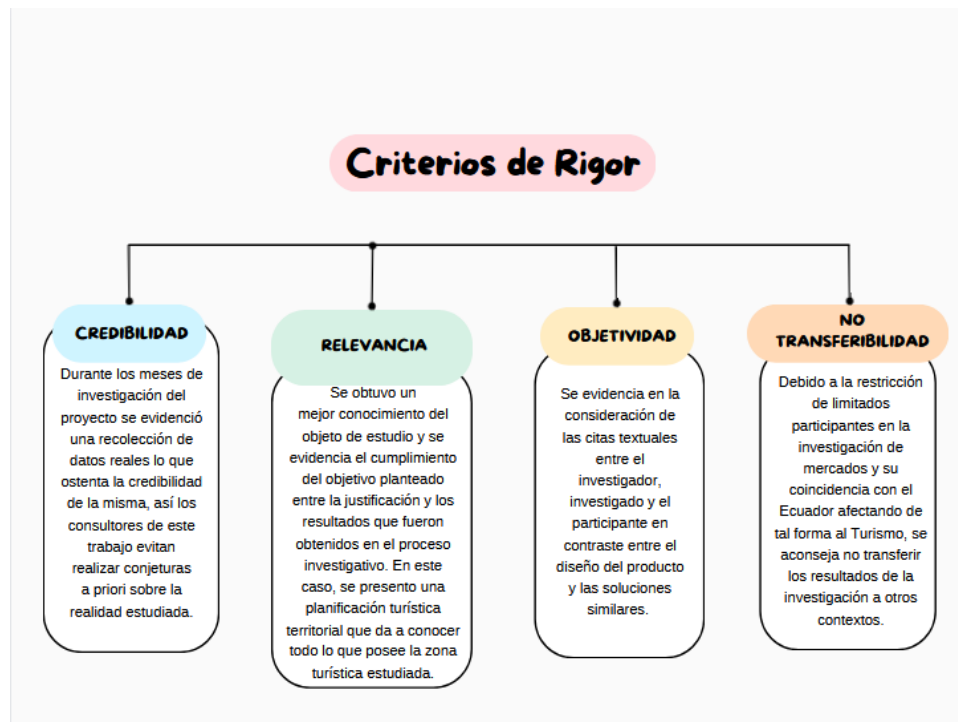
Para el adecuado desarrollo del proyecto, se plantearán los siguientes criterios. Los resultantes se sustentan en los siguientes criterios de rigor y ética de la investigación cualitativa:

2.3.1. Criterios de Rigor

El criterio de rigor permite valorar la correcta aplicación de los métodos de investigación, y de las técnicas que permiten una adecuada obtención de excelentes datos, y se explicarán a continuación algunos de los criterios empleados en el proyecto.

Figura 4.

Criterios de rigor de la investigación cualitativa



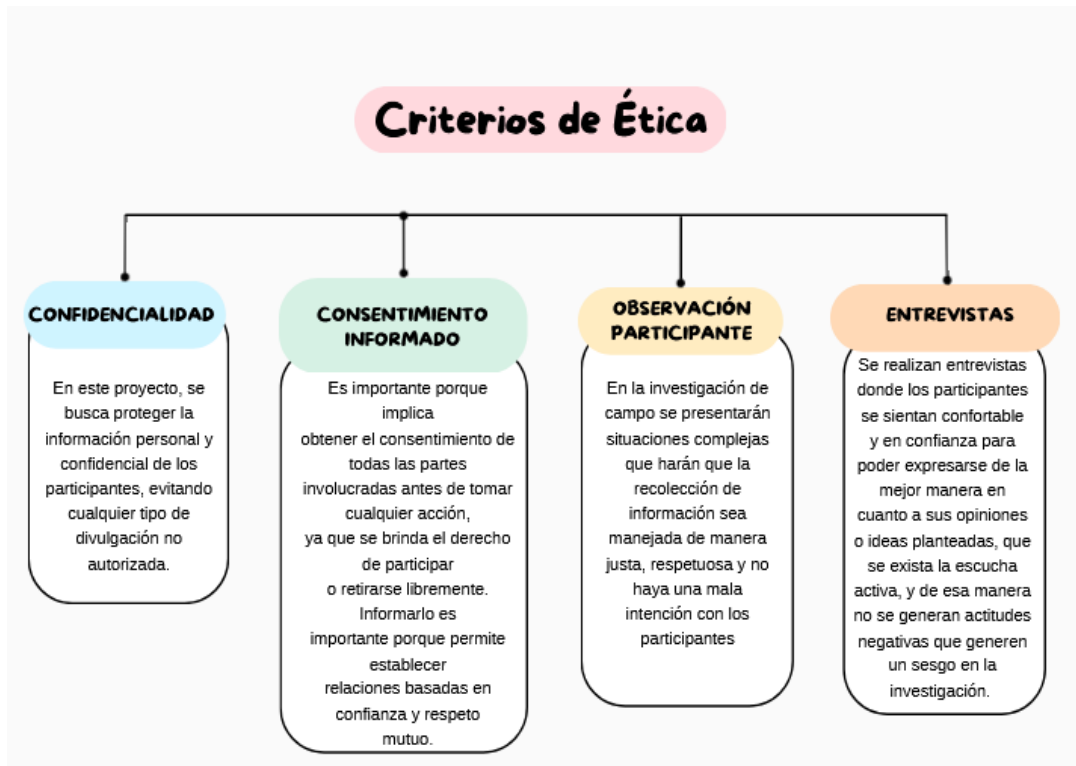
Fuente: Autoría propia (2023)

2.3.2. Criterios de Ética

Los criterios de ética permiten conocer la verdad en términos de rectitud de la acción humana. En el proyecto, este criterio se centra en acciones que generan tener un acercamiento a los participantes involucrados y obtener la verdad del contexto siempre que se conserven normas como el respeto, la confidencialidad, el consentimiento informado, entre otros.

Figura 5.

Criterios de Ética de la investigación cualitativa



Fuente: Autoría propia (2023)

2.4. Cronograma de investigación

Se presentará a continuación el cronograma de actividades realizadas durante las 3 primeras semanas del progreso de la materia integradora. Donde se han realizado trabajos autónomos, investigación secundaria, reuniones por teams y también en Zoom, establecidos herramientas que aportarán al trabajo final.

Tabla 9.

Cronograma de actividades realizadas durante la MI

Nombre del proyecto	Diseño de un Plan de Ordenamiento Turístico Territorial para el "Nuevo Samborondón"
Responsables del proyecto	Génesis Jiménez y Geovana Talledo

Tareas	Responsable	Fecha (m/d)	Observaciones
2023			
Investigación de fuentes secundarias	Grupo Consultor	10/13	
Levantamiento de información	Grupo Consultor	10/28	Observación de campo y no se encontró una ubicación exacta del territorio
Levantamiento de información	Grupo Consultor	11/4	Observación de campo e identificación de los servicios turísticos en la Puntilla
Reunión con el cliente APIVE	APIVE y Grupo Consultor	11/7	Levantamiento de información y procesamiento del análisis según la metodología
2024			
Presentación de avances del proyecto, relacionados al objetivo 1 y 2	APIVE y Grupo Consultor	1/8	Se hará presentación de lo que hemos venido trabajando en cuanto a los objetivos planteados en la primera reunión
Validación del prototipo del Plan de Ordenamiento Turístico Territorial para el "Nuevo Samborondón"	APIVE y Grupo Consultor	1/12	Se validará el prototipo del plan que se ha podido diseñar como grupo consultor
Documento preliminar	Grupo Consultor	1/19	Entrega preliminar del proyecto y todos los capítulos
Presentación del proyecto integrador	Grupo Consultor	2/1	Sustentación proyecto integrador - propuesta de valor 5min Pitch

Fuente: Autoría propia (2023)

Capítulo 3

3. Resultados y análisis

Se mostrarán los resultados obtenidos como grupo consultor en investigación secundaria, e investigación de campo usando las herramientas establecidas.

3.1. Resultados del objetivo 1

Este objetivo permite a través de herramientas de planificación turística investigar la situación actual del territorio con visitas de campo e investigación secundaria.

Identificación y planteamiento de estrategias de actuación con base a la herramienta FODA Descriptivo, Cruzado y Ponderado.

Con base a la investigación secundaria y primaria, además de las observaciones de campo, se identificaron las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que tiene el territorio. (Anexo 3)

Luego, se calificó cada relación FO (Fortalezas y Oportunidades), DO (debilidades y oportunidades), FA (Fortalezas y Amenazas), DA (Debilidades y Amenazas), para plantear las siguientes estrategias de actuación:

FO

1. Realizar promoción al territorio del Nuevo Samborondón acerca de los atractivos y/o recursos, infraestructura, gastronomía y calidez mediante redes sociales para posicionarlo en la mente del consumidor como una de las ciudades de Ecuador a visitar.
2. Estimular nuevos sitios que generaría beneficio de la localidad, a través del turismo para el crecimiento económico y cultural de la zona.

3. Promover localmente al incentivo de interés en el Nuevo Samborondón, mediante el uso de actividades recreativas y dinámicas que atraigan visitantes a la localidad.

DO

1. Realizar plan de innovación y creación de productos y actividades turísticas con el apoyo del GAD Municipal, inversionistas privados, y la academia, con el fin de adaptarlos a las nuevas condiciones del mercado y a las necesidades de los visitantes de tal manera que incremente el flujo de visitantes.
2. Crear perfiles en redes sociales oficiales del sitio con la finalidad de impulsar su promoción turística, con la intervención de la comunidad receptora y el Ministerio de Turismo que permita incentivar a los turistas a visitar el Nuevo Samborondón.
3. Generar propuesta al GAD Municipal sobre políticas de comunicación entre el sector público y privado de la localidad para la creación del servicio de intermediarios en el Nuevo Samborondón que permita generar programas turísticos con profesionales en el área.
4. Realizar estudios para determinar los nuevos productos turísticos en el territorio que respondan a la demanda actual y potencial, con ayuda de la Academia y el GAD, tomando como referencia las demás ciudades, pero analizando las diferencias existentes en el Nuevo Samborondón.

FA

1. Aprovechamiento de los productos existentes para la creación de nuevos productos en clústeres turísticos que permiten atender demandas de varios segmentos de mercado y perfiles de visitantes potenciales.

DA

2. Implementar auditorías de gestión de los recursos que se destinan a la localidad, visualización del MINTUR como ente regulador del cumplimiento de reglamentos durante el establecimiento, avance y verificación de la planta turística del Nuevo Samborondón por parte del GAD de Samborondón.

Nivel de influencia de los interesados claves mediante la matriz de involucrados

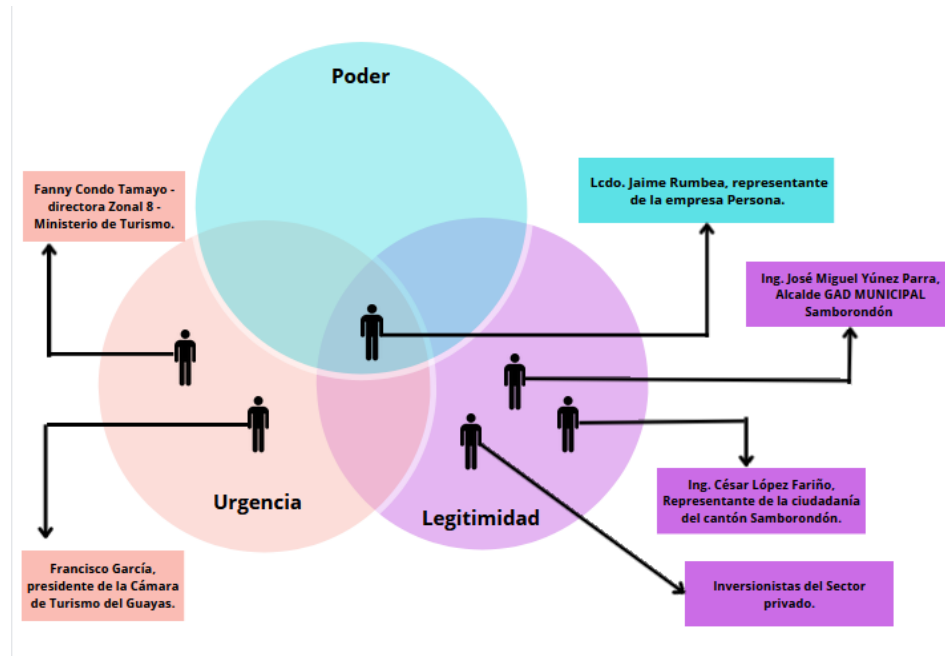
Se enlistaron a diez actores claves, los cuales son parte importante dentro del proceso y diseño del plan de ordenamiento turístico territorial, para la zona en el cual la matriz los clasifica según el grado de poder, legitimidad y urgencia. (Anexo 2)

En resumen, los stakeholders que se pudieron clasificar fueron los que se mencionaran a continuación incluyendo su categoría.

- Actor 1: Lcdo. Jaime Rumba, representante de la empresa Persona. (Definitivo)
- Actor 2: Ing. César López Fariño, Representante de la ciudadanía del cantón Samborondón
- Actor 5: Ing. José Miguel Yúnez Parra, alcalde GAD MUNICIPAL Samborondón.
- Actor 6: Inversionistas del Sector privado.
- Actor 8: Francisco García, presidente de la Cámara de Turismo del Guayas. (Peligroso)
- Actor 10: Fanny Condo Tamayo - directora Zonal 8 - Ministerio de Turismo. (Peligroso)

Figura 6.

Gráfico de los involucrados claves



Fuente: Autoría propia (2023)

Vocación Turística del Nuevo Samborondón actual

La matriz de vocación turística analiza diversas variables para determinar el grado de idoneidad de un territorio (aptitud territorial) y la propiedad de poder contar con cualidades y aptitudes que permitan el desarrollo turístico en plenitud de un determinado sitio (capacidad), ambas partes determinan el posicionamiento del territorio sobre el nivel de vocación que posee para ejercer actividades turísticas. (Anexo 5)

Se observó que la situación de la aptitud del Nuevo Samborondón no es limitada en todos los aspectos, por lo que se deben considerar los factores de la problemática del territorio y llegar a soluciones. Cabe recalcar, que se evaluó al territorio mediante criterios como: señalización

turística, facilidades, servicios turísticos, entre otros. Es por eso que se pudo determinar que el Nuevo Samborondón actualmente carece de vocación turística, pero tiene aptitud territorial para el desarrollo de la actividad turística en el territorio, solo se deben plantear mejoras.

Tabla 10.

Tabla resultante de la matriz de Vocación Turística

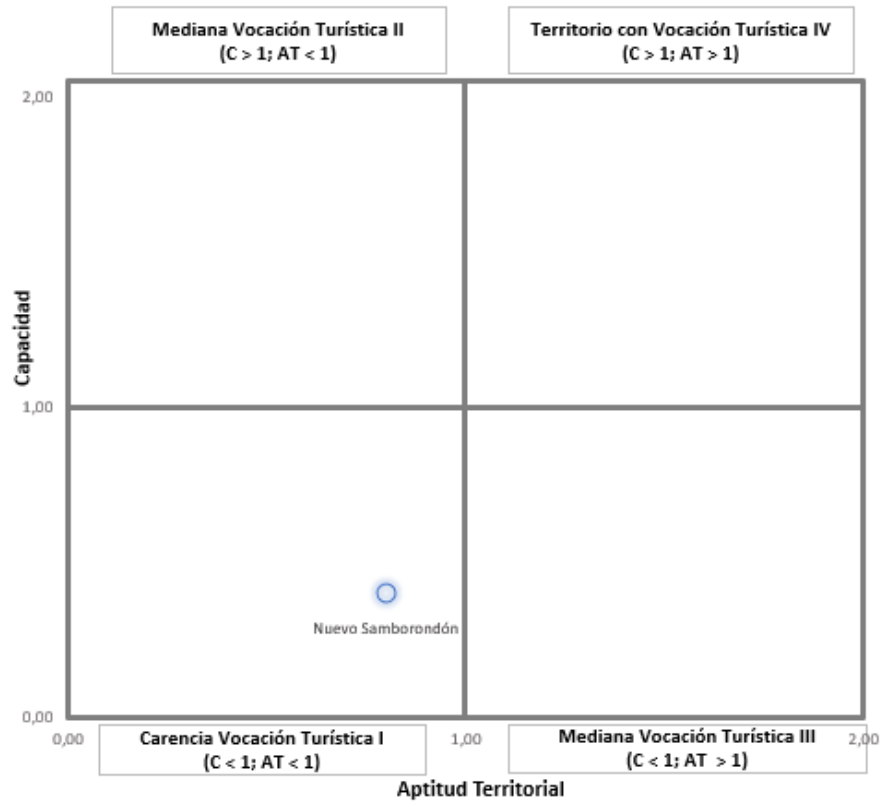
Tabla Final Resultante

Lugar	Aptitud Territorial	Capacidad
Nuevo Sambc	0,80	0,40

Fuente: Autoría propia (2023)

Figura 7.

Matriz de Vocación Turística empleada en el Nuevo Samborondón



Fuente: Elaboración propia tomada de Calle, 2021, con base en Bertinni, 2019.

Matriz de Valoración Territorial

Se pudo evidenciar que el territorio presenta aptitud territorial para realizar la actividad turística, ya que cuenta con adecuados servicios básicos y señalización. Por otro lado, se pueden mejorar algunos aspectos como lo son la disponibilidad de recolección de desechos, los problemas sociales, mantener y conservar los recursos del territorio. En cuanto a las vías de acceso se pudo evidenciar que el territorio presenta algunas vías en deterioro como las de los recintos que son parte del Nuevo Samborondón. En resumen, el territorio puede implementar mejoras y estrategias para que de esa forma se pueda realizar la actividad turística. (Anexo 6)

Tabla 11.

Tabla resultante de la matriz de Valoración Territorial

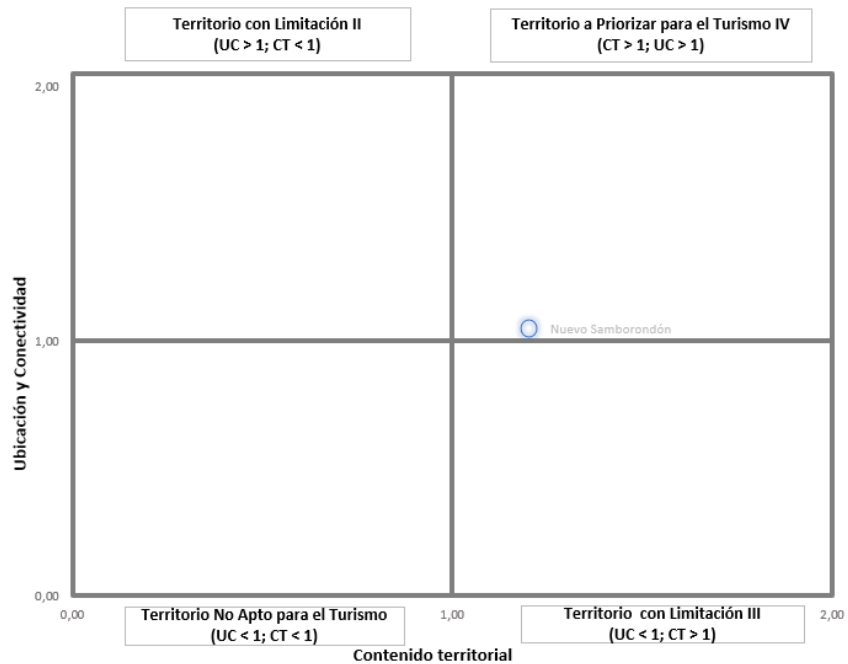
Tabla Final Resultante

Lugar	Contenido Territorial	Ubicación y Conectividad
Nuevo Samborondón	1,20	1,05

Fuente: Autoría propia (2023)

Figura 8.

Matriz de Valoración Territorial empleada en el Nuevo Samborondón



Nota: Elaborado por el Lic. Numa Sebastián Calle Lituma, Esp, Mg. MBA, PhD (c) y

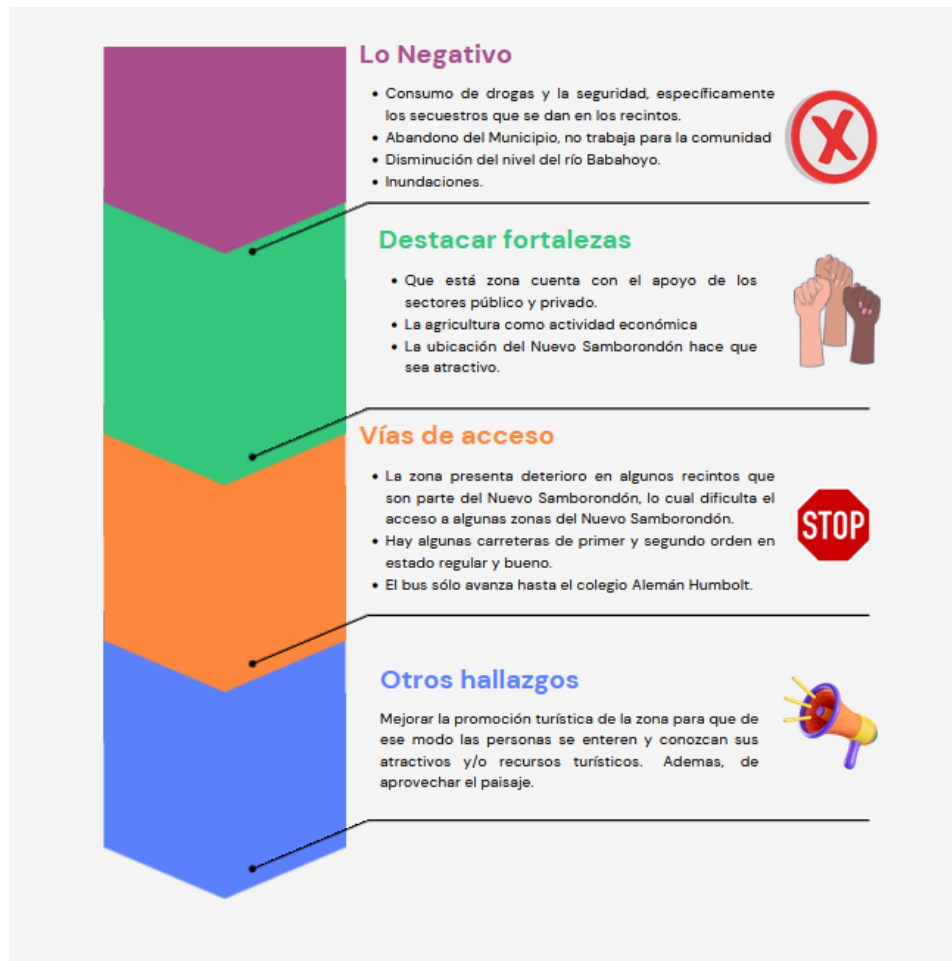
Lic. Ronal Edison Chaca Espinoza, Mg, PhD.

Percepción de los involucrados sobre el territorio

Se realizaron 4 mapas de empatías (Anexo 4) a distintos usuarios y pudimos obtener las siguientes percepciones sobre la situación actual del Nuevo Samborondón:

Figura 9.

Resumen de los Mapas de empatía realizadas a los involucrados



Fuente: Autoría propia (2023)

Matriz de Percepción de la Localidad con relación al Turismo

Para identificar el nivel de percepción local del turismo de la población del territorio donde se construirá el Nuevo Samborondón, se entrevistó a 10 involucrados territoriales

(residentes locales), y según sus respuestas se calificó el valor asignado a la categoría correspondiente, según las respuestas de los entrevistados. (Anexo 7)

Tabla 12.

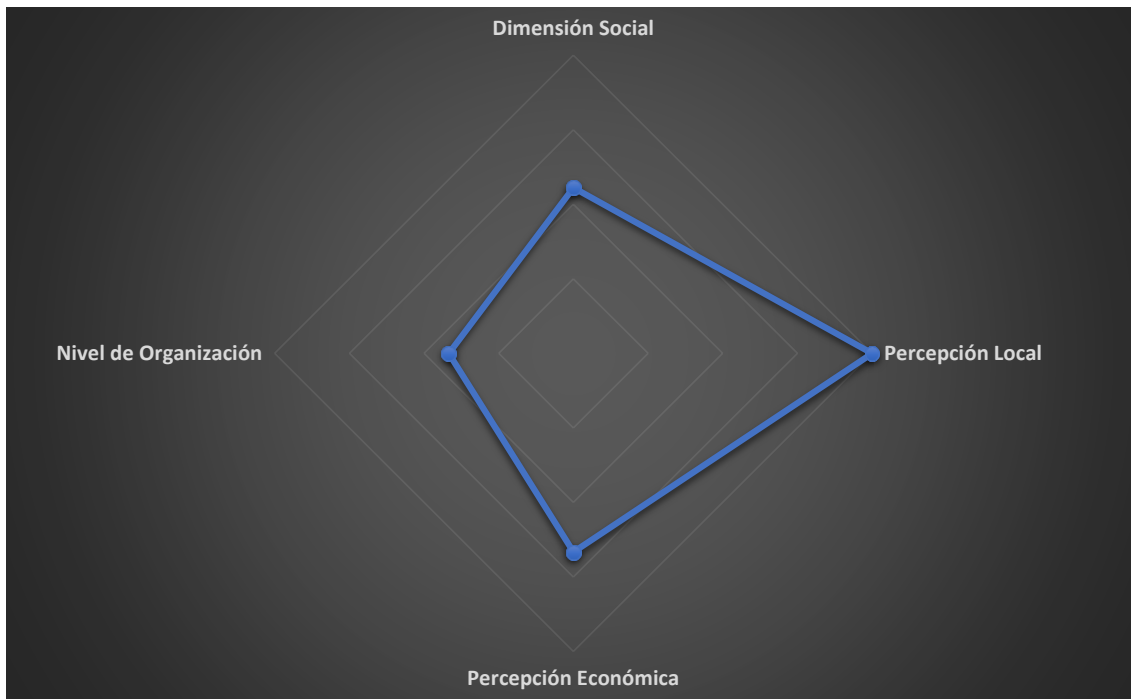
Matriz de percepción en la localidad entorno al turismo

Categorías	Escala Valorativa por Criterio	Escala Valorativa por Categoría	Peso Porcentual	Valor Categoría	Porcentaje de cumplimiento de la Categoría
Dimensión Social (DS)		▼ 1,67	20%	0,11	56%
S1	2				
S2	2				
S3	1				
Percepción Local (PL)		▼ 1,50	40%	0,20	25%
P1	1				
P2	1				
P3	1				
P4	1				
P5	2				
P6	3				
Percepción Económica (PE)		◻ 2,00	20%	0,13	67%
E1	2				
E2	3				
E3	1				
Nivel de Organización (NO)		▼ 1,25	20%	0,08	42%
O1	1				
O2	2				
O3	1				
O4	1				
Total			100%	● 0,53	

Nota: Elaborado por el Lic. Numa Sebastián Calle Lituma, Esp, Mg. MBA, PhD (c) y Lic. Ronal Edison Chaca Espinoza, Mg, PhD.

Figura 10.

Diagrama según los criterios de la matriz de percepción de la localidad



Nota: Elaborado por el Lic. Numa Sebastián Calle Lituma, Esp, Mg. MBA, PhD (c) y Lic. Ronal Edison Chaca Espinoza, Mg, PhD.

Interpretación

Después de aplicar la matriz con base a las entrevistas de los 10 residentes locales, se identificó lo siguiente:

La categoría dimensión social representa un 56%, su calificación es de 0.11 de 1.67; la percepción local representa un 25% con 0.20 de 1.50 en su valorativa; la percepción económica presenta un 67% con una valoración de 0.13 de 2; y el nivel de organización es del 42% calificado con 0.08 de 1.25. EL total de estas categorías resultó que el nivel de percepción es de 0.53. Por lo tanto, se concluye que la percepción de la localidad con relación al Turismo es muy baja, la comunidad no está interesada en participar en Turismo.

Acciones de mejoras por para criterio

Dimensión social

- Desarrollar campañas educativas locales que permitan que los residentes conozcan sobre los beneficios del turismo, resaltando los recursos naturales y culturales que posee.
- Mejorar en la comunicación de los comités de ciudadanos que colaboren directamente con las autoridades en la formulación de políticas turísticas.
- Desarrollar un de reuniones entre la comunidad y las autoridades locales donde se puedan socializar proyectos turísticos, donde la misma comunidad pueda dar opiniones o sugerencias.

Percepción local

- Incentivar la participación de la comunidad en la creación de contenido sobre los recursos que tendría el territorio, permitiendo que los residentes compartan sus experiencias y conocimientos sobre estos mismos.
- Analizar los cambios de comportamiento en la comunidad local acerca de las actividades turísticas.
- Involucrar a la comunidad en la creación de eventos y actividades que impulsen la cultura local y a su vez promuevan la interacción positiva con los visitantes potenciales.
- Capacitar a líderes comunitarios y personal de servicios turísticos en técnicas de gestión de relación con el visitante potencial para cubrir sus necesidades y mejorar su experiencia en el territorio.

Percepción económica

- Promover la económica circular del turismo a través de actividades de agroturismo.
- Diversificar la oferta turística.
- Desarrollar programas que incentiven el emprendimiento local orientados a la prestación de servicios turísticos tales como, restauración, alojamiento, entre otros.

Nivel de organización

- Crear procesos de selección transparentes y accesibles para involucrar a nuevos líderes comunitarios y de esa forma evitar la centralización de poder que existe actualmente en el territorio.
- Organizar encuentros periódicos entre líderes sociales y autoridades gubernamentales para fomentar el intercambio de ideas y la colaboración en proyectos de interés común en el ámbito turístico.
- Fijar metas y objetivos que muestre las necesidades y aspiraciones de la comunidad en cuanto al reconocimiento turístico del territorio.

3.2.Resultados del objetivo 2

Este objetivo permite a través de herramientas del pensamiento innovador analizar el perfil de los visitantes potenciales, gustos, necesidades, expectativas sobre el Nuevo Samborondón.

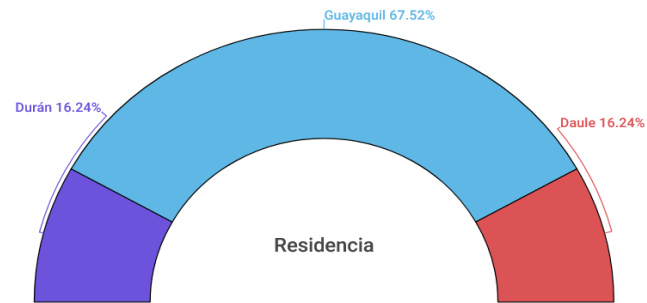
Perfil de los visitantes potenciales para el Nuevo Samborondón

Se realizó una encuesta en donde se destacarán las siguientes características de los visitantes potenciales al Nuevo Samborondón:

Residencia actual

Figura 11.

Residencia actual

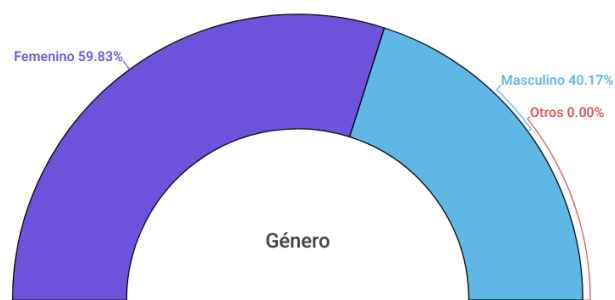


Fuente: Autoría propia (2023)

Género de los visitantes potenciales

Figura 12.

Género de los visitantes potenciales

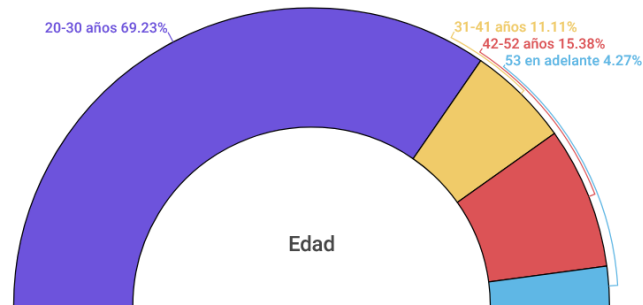


Fuente: Autoría propia (2023)

Rango de edad

Figura 13.

Rango de edad

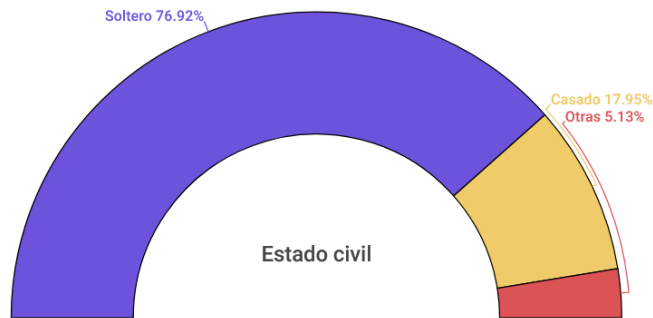


Fuente: Autoría propia (2023)

Estado civil de los visitantes potenciales

Figura 14.

Estado civil de los visitantes potenciales

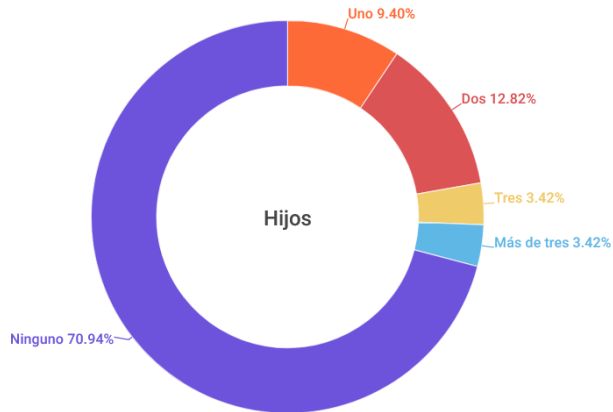


Fuente: Autoría propia (2023)

Carga familiar de los visitantes potenciales

Figura 15.

Carga familiar de los visitantes potenciales

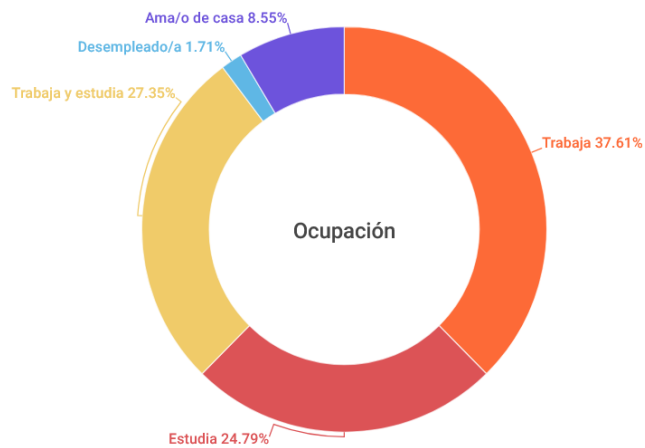


Fuente: Autoría propia (2023)

Ocupación

Figura 16.

Ocupación

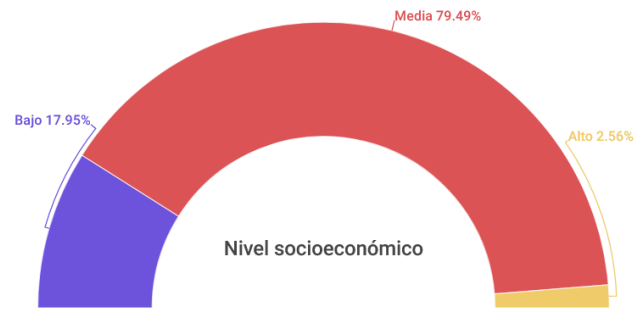


Fuente: Autoría propia (2023)

Nivel socioeconómico

Figura 17.

Nivel socioeconómico

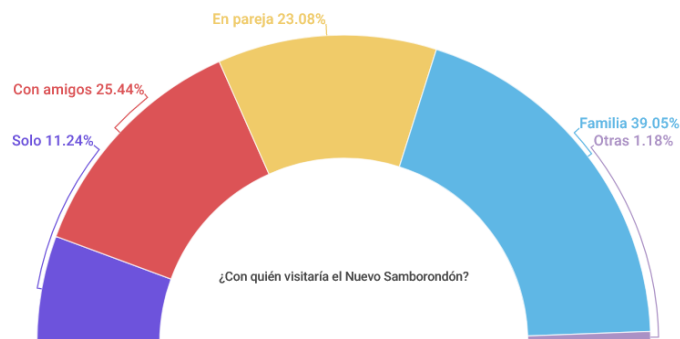


Fuente: Autoría propia (2023)

¿Con quién visitaría el Nuevo Samborondón?

Figura 18.

¿Con quién visitaría el Nuevo Samborondón?

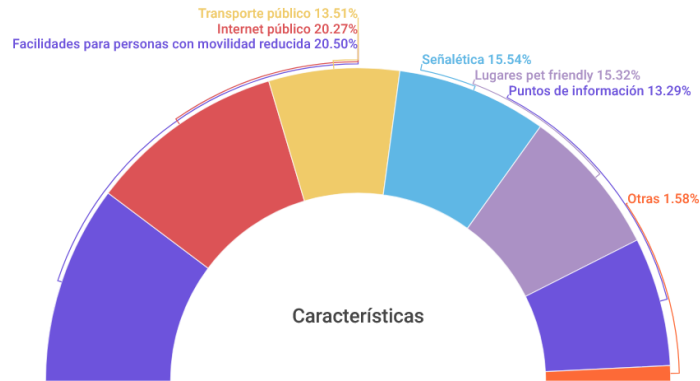


Fuente: Autoría propia (2023)

Características que le gustaría que tuviera el Nuevo Samborondón

Figura 19.

Características

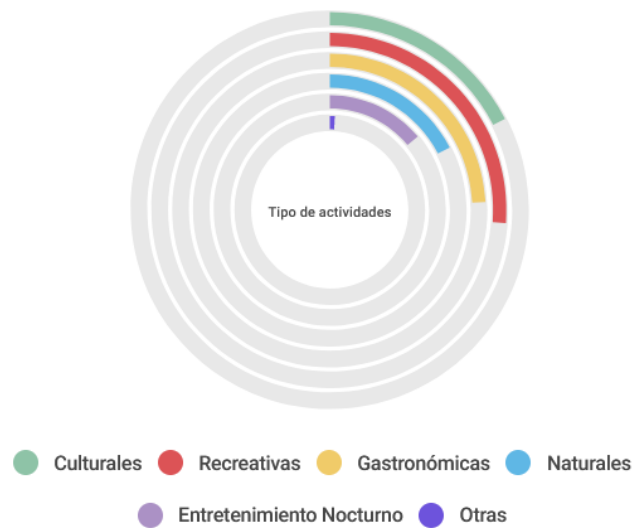


Fuente: Autoría propia (2023)

Tipo de actividades según la preferencia del visitante potencial

Figura 20.

Tipo de actividades



Fuente: Autoría propia (2023)

Preocupación particular de seguridad dentro del Nuevo Samborondón

Figura 21.

Preocupación particular de seguridad dentro del Nuevo Samborondón

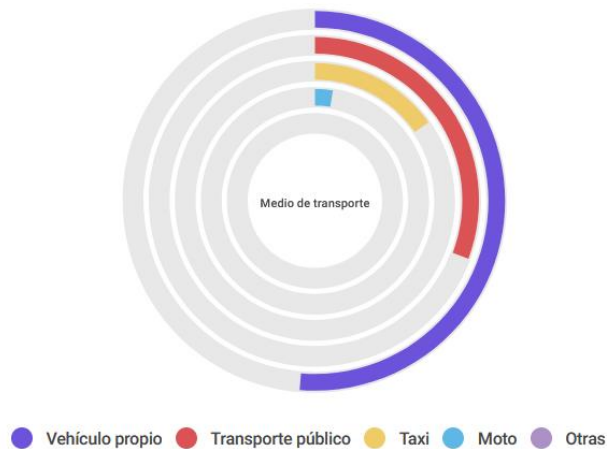


Fuente: Autoría propia (2023)

Medio de transporte que utilizaría para llegar al Nuevo Samborondón

Figura 22.

Medio de transporte

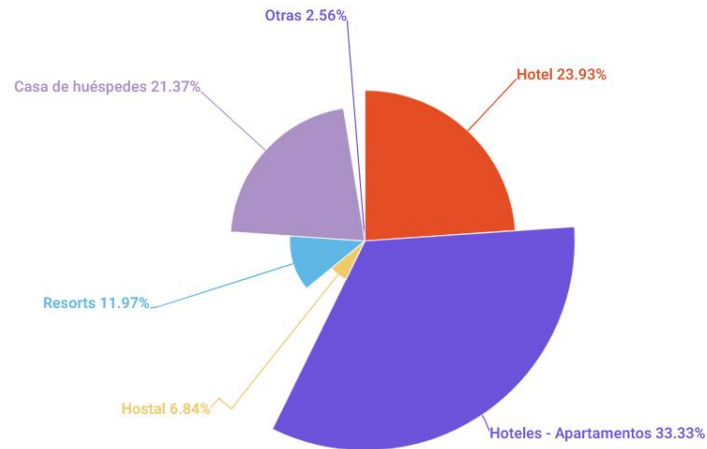


Fuente: Autoría propia (2023)

Tipo de alojamiento

Figura 23.

Tipo de alojamiento

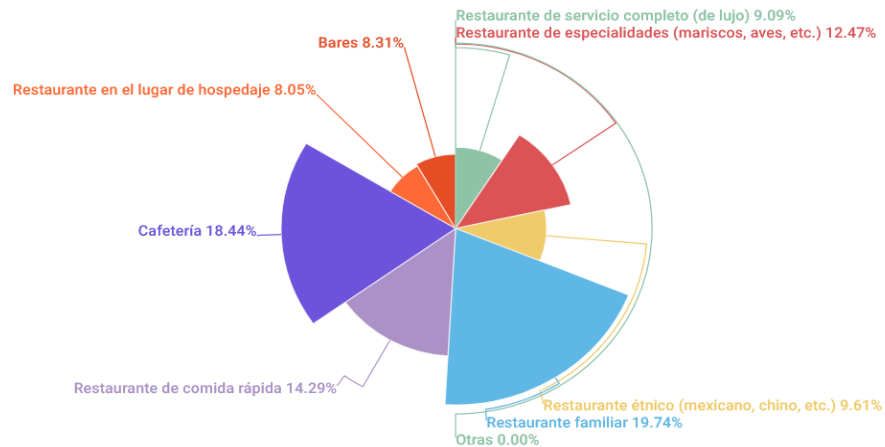


Fuente: Autoría propia (2023)

Tipo de servicio de restauración quisiera encontrar en el Nuevo Samborondón

Figura 24.

Tipo de servicio de restauración



Fuente: Autoría propia (2023)

Análisis de resultados de los perfiles de visitantes potenciales

El perfil de visitante potencial son hombres y mujeres con edades de 20 a 30 años, solteros y sin hijos, provenientes de Guayaquil y trabajan, por ende, su nivel socioeconómico es de medio con un 79 %. Les gustaría visitar el Nuevo Samborondón, ya que no han podido escuchar de esta nueva zona y les genera curiosidad conocerlo. Cuando ya lo puedan visitar les gustaría hacerlo con su familia y los motiva el hecho de poder realizar actividades que les ayuden a disminuir el estrés, reconectarse con la naturaleza, pasar un momento agradable con la familia. Las actividades turísticas que prefieren son recreativas, gastronómicas, culturales y naturales. Además, de que lo visitarían con vehículo propio, buscan lugares que les brinden seguridad, prefieren establecimientos de alojamientos tipo hoteles tipo apartamentos, restaurantes familiares y cafeterías donde puedan coleccionar recuerdos.

User personas sobre los visitantes potenciales

Se realizaron perfiles de visitantes potenciales basados en los resultados de las encuestas obtenidas, que permitirá identificar a los diferentes tipos de clientes y estos son los siguientes:

Tabla 13.

Segmento de Interés de Familias con Hijos

Segmento de Interés de Familias con Hijos	
Demográfica	<ul style="list-style-type: none">• Grupo de personas que conforman una familia.• Tamaño de la familia: Compuesto por padre, madre y los hijos que pueden ser de 2 o 4 miembros.• Estado civil: Casados o en unión libre.• Sexo: Hombres y Mujeres• Edad: Entre 31 - 41 años.• Trabajan• Nivel económico: Medio

	<ul style="list-style-type: none"> • Educación: Primaria, secundaria y en algunos casos superior.
Geográfica	<ul style="list-style-type: none"> • Guayaquil • Daule • Durán
Psicográfica	<ul style="list-style-type: none"> • Estilo de vida: Priorizan la calidad del tiempo en familia y el enriquecimiento de sus hijos. Buscan equilibrar sus responsabilidades laborales y familiares, con énfasis en experiencias significativas. • Personalidad: Padres atentos y comprensivos, interesados en crear recuerdos familiares duraderos. Disfrutan de la planificación cuidadosa y la organización para asegurar experiencias suaves. • Intereses: Buscan lugares que ofrezcan actividades adecuadas para todas las edades, como parques temáticos, museos interactivos y actividades al aire libre. Valoran la educación y el aprendizaje a través de experiencias culturales y lugares históricos.
Conductual	<ul style="list-style-type: none"> • Ocasión de compra: Planifican sus visitas a nuevos lugares con antelación, períodos de tiempo libres, feriados o vacaciones. Realizan investigaciones exhaustivas para encontrar opciones familiares adecuadas. • Beneficios buscados: Priorizan la seguridad y la comodidad para sus hijos en todas las etapas de la visita. Buscan experiencias que fomenten el aprendizaje y la diversión en familia. Valoran las ofertas y promociones que permitan una visita asequible y enriquecedor.
Motivo principal del	<ul style="list-style-type: none"> • Ocio

visita	<ul style="list-style-type: none"> • Recreación • Escape de la rutina • Entretenimiento familiar
Nuevos tipos de turistas de Plog (2001)	<ul style="list-style-type: none"> • Tradicionales • Priorizan la seguridad y la facilidad en sus visitas, buscando lugares y actividades que sean apropiadas para todas las edades de sus hijos. • Buscan comodidad y experiencias familiares conocidas.

Fuente: Autoría propia (2023)

Tabla 14.

Segmento de interés de SINGLE

Segmento de interés de SINGLE	
Demográfica	<ul style="list-style-type: none"> • Hombres y mujeres adultos de 20–30 años. • Estado civil: Solteros • Ocupación: Trabajadores • Nivel económico: Medio • Educación: Primaria, secundaria y en algunos casos superior.
Geográfica	<ul style="list-style-type: none"> • Guayaquil • Daule • Durán
Psicográfica	<ul style="list-style-type: none"> • Estilo de vida: Comprometidos con el crecimiento profesional y el éxito empresarial. Buscan equilibrar sus responsabilidades laborales con momentos de diversión y pasar momentos en lugares nuevos con sus amigos o conocidos. • Personalidad: Son personas divertidas, aventureras que buscan experiencias nuevas. Pueden variar en términos de extroversión e interés por las experiencias culturales. • Intereses: Interesados en lugares que les ofrezcan diversión nocturna,

	actividades que les permita salir de su zona de confort.
Conductual	<ul style="list-style-type: none"> • Ocasión de compra: Las decisiones de visita pueden ser por diversión y relajación. Prefieren organizar todo el mismo día, ya que les gusta la aventura y experimentar conociendo nuevos lugares. • Beneficios buscados: Priorizan la comodidad, la eficiencia y la accesibilidad a instalaciones de diversión nocturna.
Motivo principal del visita	<ul style="list-style-type: none"> • Diversión • Recreación • Ocio • Entretenimiento
Nuevos tipos de turistas de Plog (2001)	<ul style="list-style-type: none"> • Explorador • Quiere encontrar su propia experiencia y participa activamente en la elección del lugar que desea visitar. Además, de los servicios que quiere consumir y las actividades que desea realizar.

Fuente: Autoría propia (2023)

Tabla 15.

Segmento de Interés de Adultos mayores

Segmento de Interés de Adultos mayores	
Demográfica	<ul style="list-style-type: none"> • Hombres y mujeres adultos de 42-52 años. • Estado civil: Casados o en unión libre. • Ocupación: Trabajadores • Educación: Primaria, secundaria y en algunos casos superior. • Nivel económico: Medio
Geográfica	<ul style="list-style-type: none"> • Guayaquil • Daule • Durán
Psicográfica	<ul style="list-style-type: none"> • Estilo de vida: Centrados en su salud y bienestar físico y mental.

	<p>Buscan soluciones médicas efectivas y eficientes para sus necesidades.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personalidad: Son pragmáticos y toman decisiones informadas en cuanto a su salud. Pueden ser tanto extrovertidos como introvertidos según su personalidad. • Intereses: Buscan lugares que ofrezcan actividades adecuadas para todas las edades, como parques tranquilos que los ayuden a conectar con la naturaleza y actividades muy parecidas que les ayuden a mantener un equilibrio con su salud. Valoran actividades de bienestar que les ayuden a recuperarse y mantenerse en equilibrio.
Conductual	<ul style="list-style-type: none"> • Ocasión de compra: Planifican sus visitas a nuevos lugares para salir de la rutina y relajarse en sus tiempos libres. • Beneficios buscados: Priorizan la seguridad y la comodidad para todas las etapas de la visita.
Motivo principal del visita	<ul style="list-style-type: none"> • Bienestar • Salud • Relajación • Escape de rutina
Nuevos tipos de turistas de Plog (2001)	<ul style="list-style-type: none"> • Voyager • Prefieren lugares pequeños, alejados del ruido. • Se enfocan en encontrar servicios y comodidades que les ayuden a satisfacer estas necesidades de manera eficiente. • Valoran las actividades de bienestar y recuperación durante su estadía.

Fuente: Autoría propia (2023)

3.3. Resultados del objetivo 3

En este objetivo se validó el plan mediante un prototipo de baja, el cual fue evaluado por expertos utilizando herramientas de Design Thinking, donde se pueden destacar los siguientes puntos claves:

FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)

Fortalezas

- Se pudo destacar que el enganche cumplió su objetivo que fue captar la atención del experto.
- La presentación en general fue comercial, corta y dinámica.
- La propuesta motiva a los expertos a querer conocer un poco más el proyecto el Nuevo Samborondón.
- Se destaco la sección donde se presentan propuestas de zonificación enfocadas en las modalidades de turismo para conseguir la vocación turística del territorio.
- Se menciona la realidad actual del turismo en el territorio en contraste con lo que se pretende desarrollar a futuro.

Debilidades

- Ausencia de un glosario que identifique los términos alineados al turismo para el correcto entendimiento del plan, para aquellas personas que no son parte del ámbito turístico.
- Las secciones que desarrollaron en el plan deberían seguir una secuencia más adecuada.

Oportunidades

- El prototipo tiene potencial de comercialización.

- Que los involucrados claves se encuentren interesados en invertir en el desarrollo del proyecto del Nuevo Samborondón, a través de la revisión del plan que lo incentiva a hacerlo realidad.

Amenazas

- Que se realice otro plan con el mismo enfoque que a su vez tenga más tiempo y recursos para su elaboración.

I like, I wonder, I wish con expertos

Se pudo identificar mediante estas herramientas donde se resalta la parte que les gusta del prototipo, que desea y que preguntas les gustaría hacerse para mejorar el plan, se destacó las siguientes:

Figura 25

I like – I wish – I wonder con expertos



Fuente: Autoría propia (2023)

3.4. Análisis Financiero

A continuación, se mostrarán gastos que se tuvieron en cuenta para la realización del plan de ordenamiento turístico en todo el transcurso del proyecto.

Presupuesto final para el diseño de un plan de ordenamiento turístico territorial

El componente financiero constituye un pilar importante y crucial en la viabilidad del proyecto, en este contexto, se destaca la relevancia de una presentación detallada del presupuesto de inversión y gastos.

Este presupuesto se ha elaborado de manera detallada, donde se estiman los recursos económicos necesarios para realizar todas las actividades e inversiones planificadas. Se ha definido una valoración total del proyecto en \$86.364.000, mismo que está dividido en presupuesto de inversión que asciende a \$84.274.000 y el presupuesto de gastos a \$2.090.000.

Para la elaboración del presupuesto, los valores utilizados son referenciales con base en el precio del mercado 2022 – 2024, es decir, esto es una propuesta general de lo que costaría construir cada zona y está sujeta a cambios.

Tabla 16.

Presupuesto final para el diseño de un plan de ordenamiento turístico territorial

INVERSION INICIAL					
Zona 1: Área Recreacional "Parque Central"					
	<i>Detalle</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Precio Unitario</i>	<i>Precio Total</i>	<i>Total por zona</i>
Área Recreacional (canchas deportivas y juegos infantiles) - 50 ha	Cancha de tenis (23.77metrosx8.23metros) (2 ha)	40	\$ 30.000,00	\$ 1.200.000,00	\$ 7.630.000,00
	Cancha de futbol (33 ha) - 6 canchas de futbol para niños (Longitud: 50 metros Ancho: 30 metros) y 6 canchas de futbol para adultos (Longitud: Mínimo 100 metros, máximo 110 metros Ancho: Mínimo 50 metros, máximo 100 metros)	30	\$ 92.000,00	\$ 2.760.000,00	
	Juegos infantiles (2 ha)	26	\$ 60.000,00	\$ 1.560.000,00	
	Bancas de descanso (1ha)	5	\$ 250.000,00	\$ 1.250.000,00	
	Glorieta (1 ha)	1000	\$ 200,00	\$ 200.000,00	
	Gimnasio al aire libre (1 ha)	2	\$ 30.000,00	\$ 60.000,00	
		3	\$ 200.000,00	\$ 600.000,00	
Avistamiento de aves - 40 ha	Senderos (1km c/u)	2	\$ 100.000,00	\$ 200.000,00	\$ 1.870.000,00
	Plataforma de observación	2	\$ 10.000,00	\$ 20.000,00	
	Fauna	1	\$ 900.000,00	\$ 900.000,00	
	Flora	1	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	
Monumento	Monumento representativo	1	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	
Bosque de Guayacán y Samán 35 ha	Árboles de Guayacán	1	\$ 2.251.000,00	\$ 2.251.000,00	\$ 4.000.000,00
	Árboles de Samán	1	\$ 1.449.000,00	\$ 1.449.000,00	
	Sendero (caminatas guiadas)	2	\$ 90.000,00	\$ 180.000,00	
	Camping	1	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	
Bosque de Jaracanda y Lluvias de oro 25 ha	Árboles de Jacarandá	1	\$ 1.562.500,00	\$ 1.562.500,00	\$ 3.200.000,00
	Árboles de Lluvia de oro	1	\$ 1.317.500,00	\$ 1.317.500,00	
	Sendero (caminatas guiadas)	2	\$ 80.000,00	\$ 160.000,00	
	Sendero (excursiones en bicicleta)	2	\$ 80.000,00	\$ 160.000,00	
Ciclovía (10km)	Diseño y planificación	1	\$ 70.000,00	\$ 70.000,00	\$ 1.270.000,00
	Preparación del terreno	1	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	
	Pavimentación (concreto y asfalto)	1	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	
	Iluminación	1	\$ 70.000,00	\$ 70.000,00	
	Señalización Peatonal y de Ciclistas	1	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	
Espacios de picnic - 8 ha	Mobiliario de picnic (mesas con bancos)	300	\$ 700,00	\$ 210.000,00	\$ 300.000,00
	Toldo o pérgola	200	\$ 100,00	\$ 20.000,00	
	Iluminación	1	\$ 70.000,00	\$ 70.000,00	
Ferias y eventos - 7 ha	Tarima	1	\$ 350.000,00	\$ 350.000,00	\$ 4.800.000,00
	Puntos de electricidad	1	\$ 190.000,00	\$ 190.000,00	
	Diseño y planificación	1	\$ 230.000,00	\$ 230.000,00	
	Infraestructura	1	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00	
	Servicios básicos	1	\$ 230.000,00	\$ 230.000,00	
	Kioscos	10	\$ 350.000,00	\$ 3.500.000,00	
Lago artificial - 50 ha	Diseño y planificación (topografía del terreno, tamaño y profundidad, zonas húmedas)	1	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00	\$ 1.373.200,00
	Excavación y Construcción	1	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	
	Sistema de Circulación y Filtración	1	\$ 140.000,00	\$ 140.000,00	
	Vegetación y Paisajismo	1	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00	
	Iluminación	1	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	
	Accesibilidad (puente)	1	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00	
	Seguridad (Barandillas y Señalización)	1	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	
	Canoas	60	\$ 1.000,00	\$ 60.000,00	
	Mantenimiento	1	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	
	Equipamiento para canoa	120	\$ 110,00	\$ 13.200,00	
Museo de artes plásticas con estilo biofilico (1 ha)	Costos de construcción	1	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 1.185.000,00
	Diseño Sostenible y Biofilico	1	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	
	Exposiciones y Montaje	1	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00	
	Infraestructura Tecnológica	1	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	
	Espacios Comunes y Servicios	1	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	
	Jardines y Paisajismo Biofilico	1	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	
	Mobiliario para áreas de descanso y recepción	1	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	
	Sistemas de seguridad y vigilancia	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	
Subtotal	\$				25.628.200,00

Zona 2: Plaza Gastronómica					
Plaza (restaurantes familiares, comida rápida, de especialidades) 39.6 ha	Diseño y Planificación	1	\$ 350.000,00	\$ 350.000,00	\$ 5.050.000,00
	Infraestructura Básica	1	\$ 570.000,00	\$ 570.000,00	
	Estructura de Locales	1	\$ 3.000.000,00	\$ 3.000.000,00	
	Diseño de la Plaza	1	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	
	Tecnología y Seguridad	1	\$ 130.000,00	\$ 130.000,00	
Subtotal	\$				5.050.000,00
Zona 3: Alojamiento					
Alojamiento (hoteles y hoteles apartamentos) 62.7 ha	Estudio Geotécnico	1	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 17.600.000,00
	Pavimentación	1	\$ 5.000.000,00	\$ 5.000.000,00	
	Infraestructura Básica	1	\$ 6.500.000,00	\$ 6.500.000,00	
	Acondicionamiento del terreno	1	\$ 3.000.000,00	\$ 3.000.000,00	
	Costos administrativos y de permisos	1	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00	
	Publicidad y marketing del desarrollo	1	\$ 600.000,00	\$ 600.000,00	
Subtotal	\$				17.600.000,00
Zona 4: Esparcimiento					
Discotecas, bares y restaurantes - 41.4 ha	Estudios y permisos	1	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00	\$ 2.870.000,00
	Diseño y planificación	1	\$ 90.000,00	\$ 90.000,00	
	Infraestructura Básica	1	\$ 215.000,00	\$ 215.000,00	
	Áreas de Esparcimiento	1	\$ 350.000,00	\$ 350.000,00	
	Servicios Básicos	1	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00	
	Construcción de locales	1	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	
	Seguridad	1	\$ 390.000,00	\$ 390.000,00	
	Paisajismo y vegetación	1	\$ 95.000,00	\$ 95.000,00	
	Pavimentación	1	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	
Subtotal	\$				2.870.000,00
Zona 3: Río Babahoyo					
Muelle turístico	Diseño, construcción y equipamiento	1	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00
Kayak	Equipamiento	15	\$ 1.500,00	\$ 22.500,00	\$ 25.900,00
	Chalecos salvavidas	20	\$ 50,00	\$ 1.000,00	
	Remos	40	\$ 35,00	\$ 1.400,00	
	Almacenamiento y soportes para kayaks	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
Paseo de rutas	Lanchas	2	\$ 800,00	\$ 1.600,00	\$ 4.900,00
	Equipamiento de seguridad:	30	\$ 50,00	\$ 1.500,00	
	Material promocional sobre la actividad agrícola	1	\$ 500,00	\$ 500,00	
	Guías turísticos especializados	2	\$ 650,00	\$ 1.300,00	
Subtotal	\$				1.030.800,00
Servicios complementarios					
Transporte público	Terminal de autobuses	1	\$ 6.400.000,00	\$ 6.400.000,00	\$ 6.400.000,00
Internet público	Instalación de puntos de acceso Wi-Fi en áreas clave	12	\$ 200.000,00	\$ 2.400.000,00	\$ 2.400.000,00
Facilidades para personas con movilidad reducida (barandas, rampas que ayuden a que el ingreso en ciertos lugares sea favorable para ellos, que los establecimientos tengan sillas de ruedas a disposición de los clientes).	Barandas, rampas, sillas de ruedas	1	\$ 4.000.000,00	\$ 4.000.000,00	\$ 4.000.000,00
Lugares pet friendly	Señalización y áreas designadas	1	\$ 1.600.000,00	\$ 1.600.000,00	\$ 1.600.000,00
Tachos de basura (plásticos, papel y orgánicos)	Recipientes específicos para reciclaje	150	\$ 300,00	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00
Subtotal	\$				14.445.000,00
Facilidades turísticas					
Centro de información	Construcción y equipamiento	2	\$ 800.000,00	\$ 1.600.000,00	\$ 1.600.000,00
Estaciones de sombra y descanso	Estructuras y mobiliario	50	\$ 64.000,00	\$ 3.200.000,00	\$ 3.200.000,00
Señalética turística	Diseño e instalación	200	\$ 15.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 3.000.000,00
Estaciones de Carga con Energía Solar	Estaciones para dispositivos electrónicos	25	\$ 50.000,00	\$ 1.250.000,00	\$ 1.250.000,00
Baterías sanitarias	Instalación de unidades ecológicas:	30	\$ 100.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 3.000.000,00
Parqueos	Construcción de áreas de estacionamiento	4	\$ 1.000.000,00	\$ 4.000.000,00	\$ 4.000.000,00
Garita de guardia	Construcción y equipamiento	8	\$ 200.000,00	\$ 1.600.000,00	\$ 1.600.000,00
Subtotal	\$				17.650.000,00
Total de la inversión final de la zonificación					\$ 84.274.000,00
Total de Gastos Operacionales					\$ 2.090.000,00
Total Gastos					\$ 86.364.000,00

Fuente: Autoría propia (2023)

Tabla 17.*Gastos operacionales para el Nuevo Samborondón*

GASTOS	
<i>Estudios y diagnósticos iniciales</i>	
Estudio de viabilidad económica y financiera	\$ 200.000,00
Diagnóstico ambiental y social	\$ 60.000,00
Estudio de impacto turístico	\$ 90.000,00
Subtotal	\$ 350.000,00
<i>Planificación y diseño</i>	
Elaboración del plan maestro	\$ 300.000,00
Diseño arquitectónico y urbanístico	\$ 350.000,00
Consultoría de expertos en turismo (12 meses)	\$ 100.000,00
Subtotal	\$ 750.000,00
<i>Promoción y marketing</i>	
Campañas publicitarias y marketing digital	\$ 90.000,00
Material promocional y folletos	\$ 30.000,00
Subtotal	\$ 120.000,00
<i>Monitoreo y evaluación</i>	
Implementación de sistemas de monitoreo	\$ 100.000,00
Evaluación continua del plan	\$ 50.000,00
Subtotal	\$ 150.000,00
<i>Gastos Administrativos</i>	
Contratación de personal administrativo	\$ 80.000,00
Oficina y suministros	\$ 20.000,00
quipo de cómputo y comunicaciones	\$ 40.000,00
Gastos generales	\$ 30.000,00
Equipo de computo y comunicaciones	\$ 40.000,00
Subtotal	\$ 210.000,00
<i>Mantenimiento y reparaciones</i>	
Construcciones , edificaciones y readecuaciones	\$ 10.000,00
Subtotal	\$ 10.000,00
<i>Contingencias</i>	
Reserva para posibles imprevistos o ajustes en el plan	\$ 500.000,00
Subtotal	\$ 500.000,00
Total	\$ 2.090.000,00

Fuente: Autoría propia (2023)

Para la elaboración del presupuesto de gastos, los valores utilizados son referenciales con base en el precio del mercado 2022 – 2024, es decir, esto es una propuesta general de lo que costaría construir cada zona y está sujeta a cambios.

Además, se recomienda que el financiamiento de este proyecto sea una combinación de fuentes internas y externas. Por eso, se planteó que el presupuesto esté financiado en un 60% por inversión privada y un 40% por préstamos a instituciones financieras.

De este 40 % se evaluaron 5 instituciones financieras, entre las que se consideraron tres bancos nacionales, una corporación y una cooperativa, de tal modo que se pueda elegir de entre algunas opciones, la más viable para la solicitud del préstamo de la gestión del proyecto. Para esto, primero se consultó la tasa de interés de cada institución, luego se procedió a aplicar el plazo para el préstamo, en este caso el tiempo estimado es de 15 años (180 meses), posteriormente se hizo la tabla de amortización de tipo francesa, cuyos resultados se obtuvieron con base en lo siguiente:

Tabla 18.

Tabla con simbología para la amortización

Nombre	Simbología	Significado
Pago	=PAGO	Función de Excel
Tasa de interés anual	i	(Depende de cada banco)
Tiempo de frecuencia	f	12 (mensual)
Periodo	T	180 meses
40% de la inversión total inicial	X	\$34.545.600

Fuente: Autoría propia (2023)

Tabla 19.

Fórmulas para la amortización

Nombre	Fórmula
Cuota:	$= PAGO \left(\frac{i}{f}; T; X \right)$
Interés:	$= X * \left(\frac{i}{f} \right)$
Amortización:	$= Cuota - Interés$
Saldo:	$= X - Amortización$

Fuente: Autoría propia (2023)

Así, se realizó una tabla de amortización por cada institución financiera donde se obtuvo las más convenientes para este proyecto serían: la institución Corporación Nacional Financiera y Banco Guayaquil, ya que su cuota nivelada es más baja que las otras y sus tasas de interés, por último, se pudo determinar que su rentabilidad es muy buena y conveniente para el préstamo.

Tabla 20.

Tabla de interés para el Banco Guayaquil

TABLA PRÉSTAMO BANCO GUAYAQUIL	
Monto de inversión	\$86.364.000,00
40% de financiamiento	\$34.545.600,00
Tasa de interés anual	9,89%
Tiempo (años)	15
Tiempo (frecuencia)	12
Tiempo (períodos)	180
Cuota nivelada	\$368.907,50
Fecha de inicio	1-ene-25

Fuente: Banco Guayaquil (2023)

Tabla 21.

Tabla de interés para el Banco Pichincha

TABLA PRÉSTAMO - BANCO PICHINCHA	
Monto de inversión	\$86.364.000,00
40% de financiamiento	\$34.545.600,00
Tasa de interés anual	11,03%
Tiempo (años)	15
Tiempo (frecuencia)	12
Tiempo (períodos)	180
Cuota nivelada	\$393.295,25
Fecha de inicio	1-ene-25

Fuente: Banco Pichincha (2023)

Tabla 22.

Tabla de interés para el Banco Bolivariano

TABLA PRÉSTAMO - BANCO BOLIVARIANO	
Monto de inversión	\$86.364.000,00
40% de financiamiento	\$34.545.600,00
Tasa de interés anual	9,89%
Tiempo (años)	15
Tiempo (frecuencia)	12
Tiempo (períodos)	180
Cuota nivelada	\$368.907,50
Fecha de inicio	1-ene-25

Fuente: Banco Bolivariano (2023)

Tabla 23.

Tabla de interés para la Cooperativa JEP

TABLA PRÉSTAMO COOPERATIVA JEP	
Monto de inversión	\$ 86.364.000,00
40% de financiamiento	\$34.545.600,00
Tasa de interés anual	10,74%
Tiempo (años)	15
Tiempo (frecuencia)	12
Tiempo (períodos)	180
Cuota nivelada	\$387.022,68
Fecha de inicio	1-ene-25

Fuente: Banco Cooperativa JEP (2023)

Tabla 24.

Tabla de interés para la Corporación Financiera Nacional

TABLA PRÉSTAMO CORPORACION FINANCIERA NACIONAL	
Monto de inversión	\$86.364.000,00
40% de financiamiento	\$34.545.600,00
Tasa de interés anual	9,89%
Tiempo (años)	15
Tiempo (frecuencia)	12
Tiempo (períodos)	180
Fecha de inicio	1-ene-25

Fuente: Banco Corporación Financiera Nacional (2023)

Tabla 25.

Tabla de amortización aplicada a la Corporación Financiera Nacional con una tasa de interés de 9.89%.

TABLA DE AMORTIZACION					
Amortización Francesa					
Cuotas	Interes	Amortización	Cuota	Saldo	
				\$	34.545.600,00
1	\$284.713,32	\$84.194,18	\$368.907,50	\$	34.461.405,82
2	\$284.019,42	\$84.888,08	\$368.907,50	\$	34.376.517,74
3	\$283.319,80	\$85.587,70	\$368.907,50	\$	34.290.930,04
4	\$282.614,42	\$86.293,09	\$368.907,50	\$	34.204.636,95
5	\$281.903,22	\$87.004,28	\$368.907,50	\$	34.117.632,67
6	\$281.186,16	\$87.721,35	\$368.907,50	\$	34.029.911,32
7	\$280.463,19	\$88.444,32	\$368.907,50	\$	33.941.467,00
8	\$279.734,26	\$89.173,24	\$368.907,50	\$	33.852.293,76
9	\$278.999,32	\$89.908,18	\$368.907,50	\$	33.762.385,58
10	\$278.258,33	\$90.649,17	\$368.907,50	\$	33.671.736,41
11	\$277.511,23	\$91.396,27	\$368.907,50	\$	33.580.340,13
12	\$276.757,97	\$92.149,53	\$368.907,50	\$	33.488.190,60
13	\$275.998,50	\$92.909,00	\$368.907,50	\$	33.395.281,61
14	\$275.232,78	\$93.674,72	\$368.907,50	\$	33.301.606,88
15	\$274.460,74	\$94.446,76	\$368.907,50	\$	33.207.160,13
16	\$273.682,34	\$95.225,16	\$368.907,50	\$	33.111.934,97
17	\$272.897,53	\$96.009,97	\$368.907,50	\$	33.015.925,00
18	\$272.106,25	\$96.801,25	\$368.907,50	\$	32.919.123,75
19	\$271.308,44	\$97.599,06	\$368.907,50	\$	32.821.524,69
20	\$270.504,07	\$98.403,44	\$368.907,50	\$	32.723.121,25
21	\$269.693,06	\$99.214,44	\$368.907,50	\$	32.623.906,81
22	\$268.875,37	\$100.032,14	\$368.907,50	\$	32.523.874,67
23	\$268.050,93	\$100.856,57	\$368.907,50	\$	32.423.018,11
24	\$267.219,71	\$101.687,79	\$368.907,50	\$	32.321.330,31
25	\$266.381,63	\$102.525,87	\$368.907,50	\$	32.218.804,44
26	\$265.536,65	\$103.370,85	\$368.907,50	\$	32.115.433,59
27	\$264.684,70	\$104.222,80	\$368.907,50	\$	32.011.210,79
28	\$263.825,73	\$105.081,77	\$368.907,50	\$	31.906.129,01
29	\$262.959,68	\$105.947,82	\$368.907,50	\$	31.800.181,19
30	\$262.086,49	\$106.821,01	\$368.907,50	\$	31.693.360,18
31	\$261.206,11	\$107.701,39	\$368.907,50	\$	31.585.658,79
32	\$260.318,47	\$108.589,03	\$368.907,50	\$	31.477.069,76
33	\$259.423,52	\$109.483,98	\$368.907,50	\$	31.367.585,78
34	\$258.521,19	\$110.386,32	\$368.907,50	\$	31.257.199,46
35	\$257.611,42	\$111.296,08	\$368.907,50	\$	31.145.903,38
36	\$256.694,15	\$112.213,35	\$368.907,50	\$	31.033.690,03

37	\$255.769,33	\$113.138,17	\$368.907,50	\$	30.920.551,86
38	\$254.836,88	\$114.070,62	\$368.907,50	\$	30.806.481,24
39	\$253.896,75	\$115.010,75	\$368.907,50	\$	30.691.470,49
40	\$252.948,87	\$115.958,63	\$368.907,50	\$	30.575.511,86
41	\$251.993,18	\$116.914,32	\$368.907,50	\$	30.458.597,53
42	\$251.029,61	\$117.877,89	\$368.907,50	\$	30.340.719,64
43	\$250.058,10	\$118.849,40	\$368.907,50	\$	30.221.870,24
44	\$249.078,58	\$119.828,92	\$368.907,50	\$	30.102.041,32
45	\$248.090,99	\$120.816,51	\$368.907,50	\$	29.981.224,81
46	\$247.095,26	\$121.812,24	\$368.907,50	\$	29.859.412,57
47	\$246.091,33	\$122.816,18	\$368.907,50	\$	29.736.596,39
48	\$245.079,12	\$123.828,39	\$368.907,50	\$	29.612.768,00
49	\$244.058,56	\$124.848,94	\$368.907,50	\$	29.487.919,07
50	\$243.029,60	\$125.877,90	\$368.907,50	\$	29.362.041,16
51	\$241.992,16	\$126.915,35	\$368.907,50	\$	29.235.125,82
52	\$240.946,16	\$127.961,34	\$368.907,50	\$	29.107.164,48
53	\$239.891,55	\$129.015,95	\$368.907,50	\$	28.978.148,53
54	\$238.828,24	\$130.079,26	\$368.907,50	\$	28.848.069,27
55	\$237.756,17	\$131.151,33	\$368.907,50	\$	28.716.917,94
56	\$236.675,27	\$132.232,24	\$368.907,50	\$	28.584.685,70
57	\$235.585,45	\$133.322,05	\$368.907,50	\$	28.451.363,65
58	\$234.486,66	\$134.420,85	\$368.907,50	\$	28.316.942,80
59	\$233.378,80	\$135.528,70	\$368.907,50	\$	28.181.414,11
60	\$232.261,82	\$136.645,68	\$368.907,50	\$	28.044.768,43
61	\$231.135,63	\$137.771,87	\$368.907,50	\$	27.906.996,56
62	\$230.000,16	\$138.907,34	\$368.907,50	\$	27.768.089,22
63	\$228.855,34	\$140.052,17	\$368.907,50	\$	27.628.037,05
64	\$227.701,07	\$141.206,43	\$368.907,50	\$	27.486.830,63
65	\$226.537,30	\$142.370,21	\$368.907,50	\$	27.344.460,42
66	\$225.363,93	\$143.543,57	\$368.907,50	\$	27.200.916,85
67	\$224.180,89	\$144.726,61	\$368.907,50	\$	27.056.190,24
68	\$222.988,10	\$145.919,40	\$368.907,50	\$	26.910.270,84
69	\$221.785,48	\$147.122,02	\$368.907,50	\$	26.763.148,82
70	\$220.572,95	\$148.334,55	\$368.907,50	\$	26.614.814,27
71	\$219.350,43	\$149.557,07	\$368.907,50	\$	26.465.257,19
72	\$218.117,83	\$150.789,67	\$368.907,50	\$	26.314.467,52
73	\$216.875,07	\$152.032,43	\$368.907,50	\$	26.162.435,09
74	\$215.622,07	\$153.285,43	\$368.907,50	\$	26.009.149,66
75	\$214.358,74	\$154.548,76	\$368.907,50	\$	25.854.600,90
76	\$213.085,00	\$155.822,50	\$368.907,50	\$	25.698.778,40

77	\$211.800,77	\$157.106,74	\$368.907,50	\$	25.541.671,66
78	\$210.505,94	\$158.401,56	\$368.907,50	\$	25.383.270,10
79	\$209.200,45	\$159.707,05	\$368.907,50	\$	25.223.563,05
80	\$207.884,20	\$161.023,30	\$368.907,50	\$	25.062.539,75
81	\$206.557,10	\$162.350,40	\$368.907,50	\$	24.900.189,35
82	\$205.219,06	\$163.688,44	\$368.907,50	\$	24.736.500,91
83	\$203.869,99	\$165.037,51	\$368.907,50	\$	24.571.463,40
84	\$202.509,81	\$166.397,69	\$368.907,50	\$	24.405.065,71
85	\$201.138,42	\$167.769,08	\$368.907,50	\$	24.237.296,63
86	\$199.755,72	\$169.151,78	\$368.907,50	\$	24.068.144,85
87	\$198.361,63	\$170.545,87	\$368.907,50	\$	23.897.598,97
88	\$196.956,04	\$171.951,46	\$368.907,50	\$	23.725.647,52
89	\$195.538,88	\$173.368,62	\$368.907,50	\$	23.552.278,89
90	\$194.110,03	\$174.797,47	\$368.907,50	\$	23.377.481,42
91	\$192.669,41	\$176.238,09	\$368.907,50	\$	23.201.243,33
92	\$191.216,91	\$177.690,59	\$368.907,50	\$	23.023.552,74
93	\$189.752,45	\$179.155,05	\$368.907,50	\$	22.844.397,69
94	\$188.275,91	\$180.631,59	\$368.907,50	\$	22.663.766,10
95	\$186.787,21	\$182.120,30	\$368.907,50	\$	22.481.645,80
96	\$185.286,23	\$183.621,27	\$368.907,50	\$	22.298.024,53
97	\$183.772,89	\$185.134,62	\$368.907,50	\$	22.112.889,92
98	\$182.247,07	\$186.660,43	\$368.907,50	\$	21.926.229,49
99	\$180.708,67	\$188.198,83	\$368.907,50	\$	21.738.030,66
100	\$179.157,60	\$189.749,90	\$368.907,50	\$	21.548.280,76
101	\$177.593,75	\$191.313,75	\$368.907,50	\$	21.356.967,01
102	\$176.017,00	\$192.890,50	\$368.907,50	\$	21.164.076,51
103	\$174.427,26	\$194.480,24	\$368.907,50	\$	20.969.596,27
104	\$172.824,42	\$196.083,08	\$368.907,50	\$	20.773.513,19
105	\$171.208,37	\$197.699,13	\$368.907,50	\$	20.575.814,06
106	\$169.579,00	\$199.328,50	\$368.907,50	\$	20.376.485,56
107	\$167.936,20	\$200.971,30	\$368.907,50	\$	20.175.514,26
108	\$166.279,86	\$202.627,64	\$368.907,50	\$	19.972.886,62
109	\$164.609,87	\$204.297,63	\$368.907,50	\$	19.768.589,00
110	\$162.926,12	\$205.981,38	\$368.907,50	\$	19.562.607,62
111	\$161.228,49	\$207.679,01	\$368.907,50	\$	19.354.928,61
112	\$159.516,87	\$209.390,63	\$368.907,50	\$	19.145.537,98
113	\$157.791,14	\$211.116,36	\$368.907,50	\$	18.934.421,62
114	\$156.051,19	\$212.856,31	\$368.907,50	\$	18.721.565,31
115	\$154.296,90	\$214.610,60	\$368.907,50	\$	18.506.954,71
116	\$152.528,15	\$216.379,35	\$368.907,50	\$	18.290.575,36

117	\$150.744,83	\$218.162,68	\$368.907,50	\$	18.072.412,68
118	\$148.946,80	\$219.960,70	\$368.907,50	\$	17.852.451,98
119	\$147.133,96	\$221.773,54	\$368.907,50	\$	17.630.678,44
120	\$145.306,17	\$223.601,33	\$368.907,50	\$	17.407.077,11
121	\$143.463,33	\$225.444,17	\$368.907,50	\$	17.181.632,94
122	\$141.605,29	\$227.302,21	\$368.907,50	\$	16.954.330,73
123	\$139.731,94	\$229.175,56	\$368.907,50	\$	16.725.155,17
124	\$137.843,15	\$231.064,35	\$368.907,50	\$	16.494.090,82
125	\$135.938,80	\$232.968,70	\$368.907,50	\$	16.261.122,12
126	\$134.018,75	\$234.888,75	\$368.907,50	\$	16.026.233,37
127	\$132.082,87	\$236.824,63	\$368.907,50	\$	15.789.408,74
128	\$130.131,04	\$238.776,46	\$368.907,50	\$	15.550.632,28
129	\$128.163,13	\$240.744,37	\$368.907,50	\$	15.309.887,91
130	\$126.178,99	\$242.728,51	\$368.907,50	\$	15.067.159,40
131	\$124.178,51	\$244.729,00	\$368.907,50	\$	14.822.430,40
132	\$122.161,53	\$246.745,97	\$368.907,50	\$	14.575.684,43
133	\$120.127,93	\$248.779,57	\$368.907,50	\$	14.326.904,86
134	\$118.077,57	\$250.829,93	\$368.907,50	\$	14.076.074,94
135	\$116.010,32	\$252.897,18	\$368.907,50	\$	13.823.177,75
136	\$113.926,02	\$254.981,48	\$368.907,50	\$	13.568.196,28
137	\$111.824,55	\$257.082,95	\$368.907,50	\$	13.311.113,33
138	\$109.705,76	\$259.201,74	\$368.907,50	\$	13.051.911,58
139	\$107.569,50	\$261.338,00	\$368.907,50	\$	12.790.573,59
140	\$105.415,64	\$263.491,86	\$368.907,50	\$	12.527.081,73
141	\$103.244,03	\$265.663,47	\$368.907,50	\$	12.261.418,26
142	\$101.054,52	\$267.852,98	\$368.907,50	\$	11.993.565,28
143	\$98.846,97	\$270.060,53	\$368.907,50	\$	11.723.504,75
144	\$96.621,22	\$272.286,28	\$368.907,50	\$	11.451.218,46
145	\$94.377,13	\$274.530,38	\$368.907,50	\$	11.176.688,09
146	\$92.114,54	\$276.792,96	\$368.907,50	\$	10.899.895,13
147	\$89.833,30	\$279.074,20	\$368.907,50	\$	10.620.820,93
148	\$87.533,27	\$281.374,24	\$368.907,50	\$	10.339.446,69
149	\$85.214,27	\$283.693,23	\$368.907,50	\$	10.055.753,46
150	\$82.876,17	\$286.031,33	\$368.907,50	\$	9.769.722,13
151	\$80.518,79	\$288.388,71	\$368.907,50	\$	9.481.333,42
152	\$78.141,99	\$290.765,51	\$368.907,50	\$	9.190.567,91
153	\$75.745,60	\$293.161,90	\$368.907,50	\$	8.897.406,01
154	\$73.329,45	\$295.578,05	\$368.907,50	\$	8.601.827,96
155	\$70.893,40	\$298.014,10	\$368.907,50	\$	8.303.813,86
156	\$68.437,27	\$300.470,24	\$368.907,50	\$	8.003.343,62

157	\$65.960,89	\$302.946,61	\$368.907,50	\$	7.700.397,01
158	\$63.464,11	\$305.443,40	\$368.907,50	\$	7.394.953,61
159	\$60.946,74	\$307.960,76	\$368.907,50	\$	7.086.992,86
160	\$58.408,63	\$310.498,87	\$368.907,50	\$	6.776.493,99
161	\$55.849,60	\$313.057,90	\$368.907,50	\$	6.463.436,09
162	\$53.269,49	\$315.638,02	\$368.907,50	\$	6.147.798,08
163	\$50.668,10	\$318.239,40	\$368.907,50	\$	5.829.558,68
164	\$48.045,28	\$320.862,22	\$368.907,50	\$	5.508.696,46
165	\$45.400,84	\$323.506,66	\$368.907,50	\$	5.185.189,79
166	\$42.734,61	\$326.172,90	\$368.907,50	\$	4.859.016,90
167	\$40.046,40	\$328.861,10	\$368.907,50	\$	4.530.155,80
168	\$37.336,03	\$331.571,47	\$368.907,50	\$	4.198.584,33
169	\$34.603,33	\$334.304,17	\$368.907,50	\$	3.864.280,16
170	\$31.848,11	\$337.059,39	\$368.907,50	\$	3.527.220,77
171	\$29.070,18	\$339.837,32	\$368.907,50	\$	3.187.383,44
172	\$26.269,35	\$342.638,15	\$368.907,50	\$	2.844.745,29
173	\$23.445,44	\$345.462,06	\$368.907,50	\$	2.499.283,24
174	\$20.598,26	\$348.309,24	\$368.907,50	\$	2.150.973,99
175	\$17.727,61	\$351.179,89	\$368.907,50	\$	1.799.794,10
176	\$14.833,30	\$354.074,20	\$368.907,50	\$	1.445.719,91
177	\$11.915,14	\$356.992,36	\$368.907,50	\$	1.088.727,55
178	\$8.972,93	\$359.934,57	\$368.907,50	\$	728.792,97
179	\$6.006,47	\$362.901,03	\$368.907,50	\$	365.891,94
180	\$3.015,56	\$365.891,94	\$368.907,50	\$	-

Fuente: Autoría propia (2023)

Capítulo 4

4.1 Conclusiones y recomendaciones

En esta sección se presentarán las conclusiones correspondientes a cada objetivo y las recomendaciones para el proyecto final.

El presente proyecto integrador se enfoca en el diseño de un plan de ordenamiento turístico territorial para el "Nuevo Samborondón", un proyecto liderado por la consultora Persona en colaboración con el sector público y privado. A través de un enfoque multidisciplinario y basado en la metodología de Design Thinking, planificación turística, urbanismo, diseño y sostenibilidad, se busca crear un prototipo que mejore la calidad de vida de los residentes y atraiga visitantes potenciales.

4.1.1. Conclusiones objetivo 1

Para el objetivo 1, se pudo determinar mediante una investigación la situación turística actual del Nuevo Samborondón, se identificó de la realidad contextual del turismo, recursos, atractivos, infraestructura turística, entre otros aspectos. Este análisis permitió definir fortalezas y debilidades propias del territorio en el ámbito turístico, así como amenazas y oportunidades que puede tener el polígono territorial. El diagnóstico territorial realizado con entrevistas, investigación primaria y herramientas de planificación turística usadas en visitas de campo demostró que el Nuevo Samborondón, un territorio en plena construcción y desarrollo, no tiene vocación turística porque carece de atractivos, servicios turísticos e infraestructura adecuada para la llegada de visitantes y ofrece un valor diferenciador que genere identidad. Sin embargo, la valoración territorial es positiva de acuerdo a los criterios de evaluación, como contenido territorial y ubicación / conectividad, estos demuestran que es un territorio a priorizar la actividad turística.

Asimismo, se logró empatizar con los involucrados claves, como resultado se obtuvo que lo más importante para ellos es la seguridad, la identidad del Nuevo Samborondón, la calidad de

vida, la comunicación entre la comunidad y otros actores, la sinergia entre el sector público y privado y la creación de alianzas estratégicas, y por último la diversificación de espacios verdes y recreativos.

En resumen, este análisis detallado y técnico proporciona una base sólida para la propuesta de ordenamiento turístico territorial en el Nuevo Samborondón. Las estrategias propuestas, la identificación de actores claves y la evaluación de la vocación turística forman las bases buscando el equilibrio entre el desarrollo inmobiliario, la sostenibilidad y la participación activa de la comunidad.

4.1.2. Conclusiones objetivo 2

Para el objetivo 2, se determinó el perfil de usuario y segmentos de visitantes potenciales que serán parte de la actividad turística del territorio, mediante un análisis basado en una encuesta aplicada a personas provenientes de Guayaquil, Durán, Daule y Samborondón. Con el resultado se logró conocer la percepción, gustos, necesidades, opiniones, medios de transporte en los que desearían desplazarse, dónde hospedarse, que restaurantes prefieren que tenga el Nuevo Samborondón, entre otros aspectos. Estas características podrían variar o ser más específicas en torno al tipo de visitante, como: sitios con gran seguridad para los visitantes sin temor a discriminación, especificación por categorías de los establecimientos de los servicios turísticos: tipos (agencias de viajes y transporte turístico), tipos (restauración) y estrellas (alojamiento). Se destaca, que todo esto se pudo analizar mediante herramientas de Design Thinking y otras técnicas de recolección de datos como, entrevistas a profundidad.

Se ha identificado un segmento compuesto por hombres y mujeres de entre 20 y 30 años, solteros y sin hijos, con un nivel socioeconómico medio. Su interés por visitar Nuevo Samborondón se basó en la curiosidad por conocer esta nueva zona, y su motivación estuvo

relacionada con la oportunidad de participar en actividades recreativas, gastronómicas, culturales y naturales para reducir el estrés y pasar un rato agradable con su familia, tienen preferencia por alojamiento estilo apartamento, restaurantes familiares y cafeterías, esto muestra la importancia de brindar una experiencia más personalizada y acogedora. También, La percepción local sobre el turismo es baja, indicando la necesidad de estrategias para involucrar a la comunidad.

4.1.3. Conclusiones objetivo 3

Para el objetivo 3, se realizó la validación del prototipo mediante herramientas de Design Thinking donde se evidenció la percepción de los involucrados claves en cuanto al plan de ordenamiento turístico territorial.

En conclusión, el contenido del plan evidencia un análisis técnico y detallado sobre la realidad actual del turismo en el territorio a su vez lo contrasta con el futuro del proyecto del Nuevo Samborondón. Además, tiene propuestas innovadoras para lograr que el territorio tenga la vocación turística y pueda atraer a visitantes potenciales. Asimismo, pese a que es un plan técnico también tiene un punto comercial dado que motiva a las personas a querer conocer sobre el proyecto.

4.1.4. Recomendaciones

La creación de un plan de ordenamiento turístico territorial para el Nuevo Samborondón conforma la base para el desarrollo de la actividad turística dentro del polígono territorial. Existen otros factores que influyen para que se pueda realizar este proyecto, por ejemplo: se requiere sinergia entre el sector público y privado, recursos económicos, participación ciudadana, recurso humano, turísticos existentes, evaluación continua del plan, riesgos, normativas, entre otros. Entre las recomendaciones estarían que el sector público se comprometa con mejoras en cuanto a la infraestructura vial, servicios básicos, alcantarillado, luminarias, seguridad, conectividad a

internet, transporte público, además de que establezca una normativa donde se regularice la informalidad en los servicios turísticos que haya; por otro lado, el sector privado se encargaría de invertir, construir, fomentar el desarrollo inmobiliario, comercial, industrial y turístico e implementación de tecnología con otros inversores que permitan la gestión del proyecto y a su vez estas sean generadoras de empleo.

Por otra parte, se recomienda realizar una planificación integral y participativa con la comunidad; tanto con el departamento de Turismo de la municipalidad como con otros involucrados en la actividad turística que no se encuentran en esta. También realizar este proceso previamente identificando el sistema existente en el territorio, el modelo y el enfoque que tendrá la planificación; y crear estrategias de planificación que resalten las fortalezas, den pie a las oportunidades, minimicen amenazas y trabajen poco a poco en eliminar las debilidades. Esto contribuirá al reconocimiento del Nuevo Samborondón y a un desarrollo que ayude a la comunidad local.

Con respecto a los recursos se destacan a los económicos porque es un factor crítico para la implementación del plan, si no existe el financiamiento necesario para la implementación del proyecto, será difícil lograr las metas planteadas por el cliente; mientras que los recursos humanos son el personal capacitado con el conocimiento y la experiencia necesaria para el desarrollo adecuado del proyecto; por último, los recursos turísticos deben mantener un proceso de renovación y mantenimiento de ciertos recursos (naturales y/o culturales) que se han deteriorado con el tiempo por la falta de cuidado de los mismos. Posteriormente revalorizarlos para crear conciencia de su importancia para potenciarlos como valor agregado del Nuevo Samborondón.

Es necesaria que en la implementación del plan se consideren los riesgos del proyecto. Estos pueden ser desastres naturales y antropogénicos, es crucial para la seguridad y la resiliencia

del territorio; en la planificación debe incluir una gestión de estos riesgos con estrategias de mitigación y adaptación. Además, es esencial para el éxito del proyecto que, durante la gestión del mismo, se realice una la evaluación continua que se ajuste a los cambios que se puedan presentar.

Por último, es importante reconocer y cumplir las leyes, reglamentos y reglamentos que conformarán el marco legal en el que se realizará el plan de ordenamiento turístico territorial que permitirá garantizar su validez.

Referencias

- Apive. (2023, 19 mayo). *Inicio - Apive*. <https://apive.org/>
- Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa*. (2012). Aquichan (Universidad de La Sabana Colombia). <https://www.redalyc.org/pdf/741/74124948006.pdf>
- Castro Balladares, R. A., & Castro García, A. B. (2023). Diseño de un prototipo de App orientada hacia el turismo receptor para la Prefectura del Guayas. [Tesis de grado Universidad ESPOL]. <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/58371>
<file:///C:/Users/vtall/Downloads/T-113714%20CASTRO%20-%20CASTRO-1.pdf>
- ¿CÓMO SE CONSTRUYE UN ÁRBOL DE PROBLEMAS? (s. f.). Centro de Investigaciones y Servicios Educativos CICLO BÁSICO DE FORMACIÓN DOCENTE. <http://www.cise.espol.edu.ec/sites/cise.espol.edu.ec/files/pagina-basica/Nota%20te%CC%81cnica%20n.%C2%BA%206%20-%20%C2%BFCo%CC%81mo%20se%20construye%20un%20a%CC%81rbol%20de%20problemas%3F.pdf>
- Cubas, D. (2010). Mapeo de actores sociales: VIH y violencia contra las mujeres en Honduras. Comisión interamericana de mujeres (pág. 10). Recuperado de <http://www.oas.org/es/cim/docs/mapeohon> [final]. Pdf
- Fernández Fernández, A., & Fernández Portela, J. (2019). Paisajes y turismo. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Gcoba. (2023, 19 marzo). Cuánto pagan los guayaquileños por una vivienda. *Primicias*. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/guayaquil-inmuebles-vivienda-precio-seguridad/>

Jamele, A. (2023, 15 octubre). Let SBIT se expande con un home banking para PyMEs, grandes empresas y COMPA as globales. *Forbes Ecuador*.
<https://www.forbes.com.ec/negocios/letsbit-expande-home-banking-pymes-grandes-empresas-companias-globales-n42281>

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

LEY DE TURISMO. (2016). Ministerio de Turismo. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>

LEY ORGÁNICA DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL, USO Y GESTIÓN DE SUELO. (s. f.). REPÚBLICA DEL ECUADOR ASAMBLEA NACIONAL. <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/2020/08/Ley-Organica-de-Ordenamiento-Territorial-Us-y-Gestion-de-Suelo1.pdf>

López, J. S. (s. f.). Qué es y como realizo una matriz FODA o DAFO. *es.linkedin.com*.
<https://es.linkedin.com/pulse/qu%C3%A9-es-y-como-realizo-una-matriz-foda-o-dafo-jorge-s%C3%A1nchez-l%C3%B3pez>

Matriz de tasas de interés. (2023). CFN (Corporación Nacional Financiera). <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2023/06/Tasas-de-Interes-Junio-2023-Publicacion.pdf>

MINTUR. (2022). Matriz-Inventario-de-Atractivos-2022. Obtenido de turismo.gob.ec):
<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Matriz-Inventario-de-Atractivos-2022.pdf>

MINTUR. (2022). Catastro turístico de establecimientos a nivel nacional en todas las

actividades turísticas. Obtenido de Ministerio de Turismo:

<https://servicios.turismo.gob.ec/portfolio/catastro-turistico-nacional>

ONU. (2023). *Objetivo 8: Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/>

Panchana Vera, J. A. (2020). Comportamiento del turista en la conservación de recursos turísticos de la playa de Ballenita del cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena. [Tesis de grado Universidad Estatal Península de Santa Elena]. <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5366/1/UPSE-TDT-2020-0013.pdf>

Plan Cantonal de Desarrollo Plan de Ordenamiento Territorial. (2012-2022). GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN SAMBORONDÓN. <http://www.samborondon.gob.ec/pdf/LOTAIP/PlanCantonalDeDesarrollo&PlanDeOrdenamientoTerritorial.pdf>

Segovia Contreras, M. E., & Espinoza Carriel, N. G. (2019). Análisis del comportamiento de la demanda turística de Samborondón para el diseño de productos turísticos. [Tesis de grado Universidad de Guayaquil]. <https://repositorio.ug.edu.ec/server/api/core/bitstreams/de7267a3-dabc-4498-a18b-51495162b3ab/content>

Apéndice A

Anexo 1. Árbol de Problemas

Análisis de Herramienta: Árbol de Problemas (Materia: Fundamentos de Planificación Turística)

ÁRBOL DE PROBLEMAS Y OBJETIVOS:

1. Enlistar y codificar las problemáticas en el sector/sitio/empresa/producto/servicio:

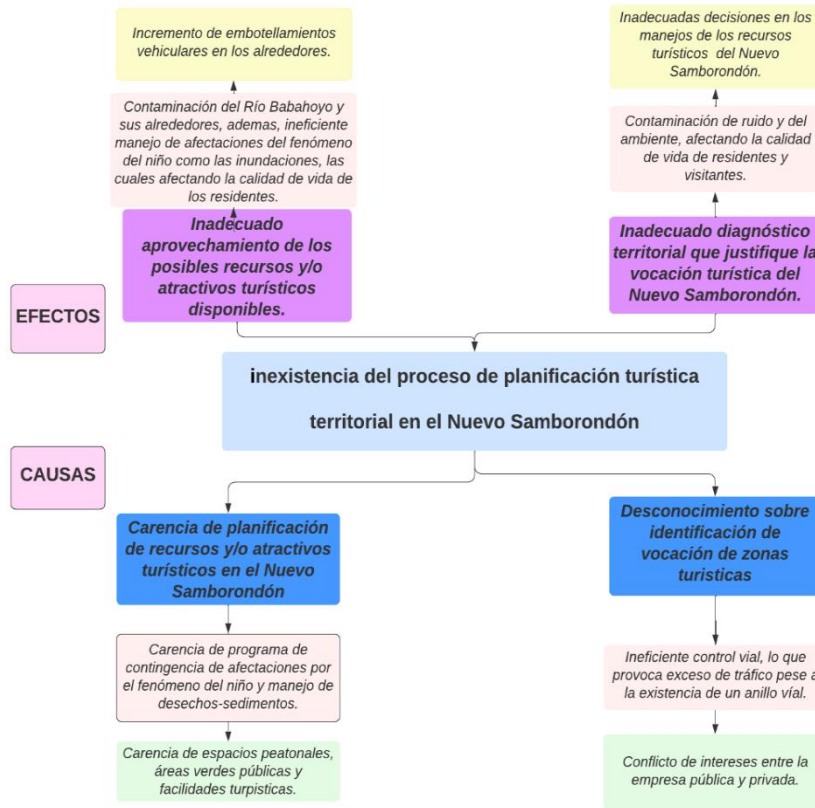
- ❖ Exceso de tráfico en la zona pese a que existe el anillo vial. (mañana, medio día y noche).
(ETZ)
- ❖ Ineficientes estrategias de sostenibilidad en el destino. (IES)
- ❖ Falta de áreas adecuadas e inclusivas para la circulación peatonal. (FCP)
- ❖ Excesivas inundaciones en temporadas de invierno. (EII)
- ❖ Desconocimiento sobre los procesos adecuados para la promoción turística del sitio.
(DPT)
- ❖ Ineficiente experiencia turística. (IET)
- ❖ Desconocimiento de las autoridades turísticas y locales, desde una perspectiva integral del turismo, sobre fomentar el desarrollo económico y cultural en el sitio. (DAT)
- ❖ Falta de un diagnóstico territorial completo, tampoco hay una evaluación adecuada d potencial turístico. (FDT)
- ❖ Contaminación del río Babahoyo por desechos provenientes del polígono territorial.
(CPT)
- ❖ Inexistente proceso de planificación turística territorial en el Nuevo Samborondón (PTT)

2. Matriz de Relaciones:

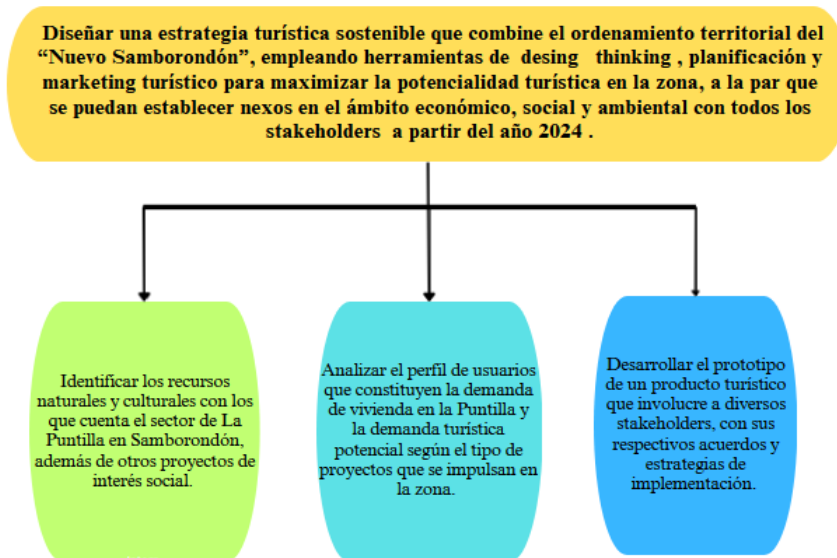


Variables Codificadas	ETZ	IES	FCP	EII	DPT	IET	DAT	FDT	CPT	PTT	Total
PTT	PTT	PTT	PTT	PTT	PTT	PTT	DAT	FDT	PTT	XXX	7
CPT	CPT	CPT	CPT	CPT	DPT	IET	DAT	FDT	XXX		5
FDT	FDT	FDT	FDT	FDT	DPT	IET	FDT	XXX			5
DAT	DAT	DAT	DAT	DAT	DAT	DAT	XXX				6
IET	IET	IES	FCP	EII	DPT	XXX					1
DPT	DPT	IES	DPT	DPT	XXX						3
EII	EII	IES	EII	XXX							2
FCP	FCP	IES	XXX								1
IES	IES	XXX									1
ETZ	XXX										0

Fuente: Autoría Propia (2023)



Fuente: Autoría Propia (2023)



Fuente: Autoría Propia (2023)

Anexo 2. Matriz de involucrados

Análisis de Herramienta: Matriz de involucrados

MATRIZ DE PODER							
Territorio/Localidad:	Nuevo Samborondón						
Elaborado por:	Geovana Talledo y Genesis Jimenez						
Grado de Sensibilidad de los recursos	Medios Coercitivos	Medios Utilitarios				Medios Simbólicos	Grado de Poder
	Autoridad/Poder	Materiales y físicos	Financieros	Logísticos	Tecnológicos e Intelectuales	Reconocimiento y estima	
	2	2	2	1	0	1	
Involucrados							
Actor 1: Lcdo. Jaime Rumba, representante de la empresa Persona.	2	2	0	2	0	2	8
Actor 2: Ing. César López Fariño, Representante de la ciudadanía del cantón Samborondón	1	1	0	1	0	1	4
Actor 3: Ines Mancero Palma, Encargada de la parte del Turismo en Samborondón	1	1	0	1	0	1	4
Actor 4: Mauricio Torres Nevarez, Empresa Publica Municipal de Parques " Parques de Samborondón EP"	2	1	0	1	0	1	5
Actor 5: Ing. José Miguel Yúnez Parra, Alcalde GAD MUNICIPAL Samborondón	3	3	3	2	2	3	16
Actor 6: Inversionistas del Sector privado	3	3	3	2	2	2	15
Actor 7: Luis Salas Mora, Representante de Hoteles	1	2	1	2	2	0	8
Actor 8: Francisco García, presidente de la Cámara de Turismo del Guayas	3	3	1	2	2	3	14
Actor 9: Francesca Ferrero, presidenta de la Asociación de Restaurantes del Guayas (ARCSA)	1	2	1	2	2	0	8
Actor 10: Fanny Condo Tamayo - Directora Zonal 8 - Ministerio de Turismo	1	1	1	2	2	0	7

MATRIZ DE LEGITIMIDAD			
Territorio/Localidad:	Nuevo Samborondón		
Elaborado por:	Geovana Talledo y Genesis Jimenez		
Grado de deseabilidad de actores	Niveles de Deseabilidad		Grado de Legitimidad
	Para la Organización/proceso	Para la Sociedad	
Involucrados			
Actor 1: Lcdo. Jaime Rumba, representante de la empresa Persona.	3	1	4
Actor 2: Ing. César López Fariño, Representante de la ciudadanía del cantón Samborondón	2	3	5
Actor 3: Ines Mancero Palma, Encargada de la parte del Turismo en Samborondón	2	1	3
Actor 4: Mauricio Torres Nevarez, Empresa Publica Municipal de Parques " Parques de Samborondón EP"	1	1	2
Actor 5: Ing. José Miguel Yúnez Parra, Alcalde GAD MUNICIPAL Samborondón	3	2	5
Actor 6: Inversionistas del Sector privado	3	2	5
Actor 7: Luis Salas Mora, Representante de Hoteles	2	1	3
Actor 8: Francisco García, presidente de la Cámara de Turismo del Guayas	3	1	4
Actor 9: Francesca Ferrero, presidenta de la Asociación de Restaurantes del Guayas (ARCSA)	2	1	3
Actor 10: Fanny Condo Tamayo - Directora Zonal 8 - Ministerio de Turismo	3	1	4

Territorio/Localidad:	Nuevo Samborondón		
Elaborado por:	Geovana Talledo y Genesis Jimenez		
Grado de urgencia de los actores	Criterios de Urgencia		Grado de Urgencia
	Sensibilidad Temporal	Criticidad	
Involucrados			
Actor 1: Lcdo. Jaime Rumbear, representante de la empresa Persona.	2	2	4
Actor 2: Ing. César López Fariño, Representante de la ciudadanía del cantón Samborondón	1	1	2
Actor 3: Ines Mancero Palma, Encargada de la parte del Turismo en Samborondón	1	1	2
Actor 4: Mauricio Torres Nevarez, Empresa Publica Municipal de Parques " Parques de Samborondón	1	1	2
Actor 5: Ing. José Miguel Yúnez Parra, Alcalde GAD MUNICIPAL Samborondón	1	2	3
Actor 6: Inversionistas del Sector privado	1	2	3
Actor 7: Luis Salas Mora, Representante de Hoteles	1	1	2
Actor 8: Francisco García, presidente de la Cámara de Turismo del Guayas	3	3	6
Actor 9: Francesca Ferrero, presidenta de la Asociación de Restaurantes del Guayas (ARCSA)	1	1	2
Actor 10: Fanny Condo Tamayo - Directora Zonal 8 - Ministerio de Turismo	3	3	6

MATRIZ DE CONSOLIDACIÓN							
Territorio/Localidad:	Nuevo Samborondón						
Elaborado por:	Geovana Talledo y Genesis Jimenez						
Actores	Grado de Poder (A)		Grado de Legitimidad (B)		Grado de Urgencia (C)		Total A x B x C
	Valor Total	Valor Normalizado	Valor Total	Valor Normalizado	Valor Total	Valor Normalizado	
Actor 1: Lcdo. Jaime Rumbear, representante de la empresa Persona.	8	0,90	4	1,05	4	1,25	1,18
Actor 2: Ing. César López Fariño, Representante de la ciudadanía del cantón Samborondón	4	0,45	5	1,32	2	0,63	0,37
Actor 3: Ines Mancero Palma, Encargada de la parte del Turismo en Samborondón	4	0,45	3	0,79	2	0,63	0,22
Actor 4: Mauricio Torres Nevarez, Empresa Publica Municipal de Parques " Parques de Samborondón EP"	5	0,56	2	0,53	2	0,63	0,18
Actor 5: Ing. José Miguel Yúnez Parra, Alcalde GAD MUNICIPAL Samborondón	16	1,80	5	1,32	3	0,94	2,22
Actor 6: Inversionistas del Sector privado	15	1,69	5	1,32	3	0,94	2,08
Actor 7: Luis Salas Mora, Representante de Hoteles	8	0,90	3	0,79	2	0,63	0,44
Actor 8: Francisco García, presidente de la Cámara de Turismo del Guayas	14	1,57	4	1,05	6	1,88	3,10
Actor 9: Francesca Ferrero, presidenta de la Asociación de Restaurantes del Guayas (ARCSA)	8	0,90	3	0,79	2	0,63	0,44
Actor 10: Fanny Condo Tamayo - Directora Zonal 8 - Ministerio de Turismo	7	0,79	4	1,05	6	1,88	1,55
TOTAL	89		38		32		
Número de Actores	10		10		10		
Promedio	8,9		3,8		3,2		
Valor Máximo	1,80		1,32		1,88		
Valor Mínimo	0,45		0,53		0,63		
Punto Central	1,12		0,92		1,25		

MATRIZ RESUMEN				
Actores	Grado de Poder	Grado de Legitimidad	Grado de Urgencia	Tipo de Stakeholder
Actor 1: Lcdo. Jaime Rumbear, representante de la empresa Persona.	1,63	1,67	1,72	Definitivos
Actor 2: Ing. César López Fariño, Representante de la ciudadanía del cantón Samborondón	0,88	1,11	0,69	
Actor 3: Ines Mancero Palma, Encargada de la parte del Turismo en Samborondón	0,63	1,11	0,69	
Actor 4: Mauricio Torres Nevarez, Empresa Publica Municipal de Parques " Parques de Samborondón EP"	0,88	1,11	0,69	
Actor 5: Ing. José Miguel Yúnez Parra, Alcalde GAD MUNICIPAL Samborondón	0,75	1,11	0,69	
Actor 6: Inversionistas del Sector privado	0,75	1,11	0,69	
Actor 7: Luis Salas Mora, Representante de Hoteles	0,75	1,11	0,69	
Actor 8: Francisco García, presidente de la Cámara de Turismo del Guayas	1,25	0,56	1,38	Espectantes peligrosos
Actor 9: Francesca Ferrero, presidenta de la Asociación de Restaurantes del Guayas (ARCSA)	1,25	0,56	1,38	Espectantes peligrosos
Actor 10: Fanny Condo Tamayo - Directora Zonal 8 - Ministerio de Turismo	1,25	0,56	1,38	Espectantes peligrosos

Rango Alto

1,23-1,80 1,03-1,32 1,36-1,88

Nota: elaborado por el Lic. Numa Sebastián Calle Lituma, Esp, Mg. MBA, PhD (c)

Anexo 3. FODA

Análisis de Herramienta: FODA

FORTALEZAS		OPORTUNIDADES	
F1	Es un área con un exponencial desarrollo inmobiliario, cuya oferta de inmuebles para la venta y alquiler es	O1	Mejorar en la calidad de vida de los residentes.
F2	El desarrollo urbanístico de La Puntilla hace énfasis en la calidad de vida de las personas, dado a su infraestructura.	O2	Ecuador forma parte del Plan de Digitalización para Mipymes impulsado por la Organización de Estados Americanos (OEA), en donde se busca que las micro, pequeñas y medianas empresas implementen
F3	La Puntilla Samborondón ofrece una amplia variedad de servicios en restauración, además de una interesante y diversa oferta	O3	Interés de inversionistas nacionales e internacionales en crear proyectos dentro de Samborondón.
F4	El lugar donde se realizará el proyecto es una zona de importante desarrollo comercial y empresarial.	O4	Desarrollo de un transporte fluvial integrado con otros cantones.
F5	Interés del sector público en desarrollar proyectos de la propuesta estratégica del PDDT del GAD	O5	El Nuevo Samborondón ofrecerá vías alternas que disminuirán el tráfico que se genera actualmente en
F6	Su ubicación geográfica es un punto favorable, porque que esta muy cerca de su CDT que es la ciudad de Guayaquil; además, el Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo	O6	Presencia de alianzas económicas con el sector privado que generen proyectos turísticos en el Nuevo Samborondón que permitan potenciar y elevar oportunidades comerciales.
F7	Algunas zonas de Samborondón han experimentado un desarrollo económico debido a las inversiones, emprendimientos y ofertas de empleo.	O7	Potenciar productos turísticos diferenciados.
F8	Samborondón presenta una diversidad de actividades culturales, eventos y opciones recreativas que promueven la interacción social.	O8	Apoyo público para la reducción del IVA que busca impulsar y dinamizar la economía del sector turístico.
F9	Samborondón tiene puentes que conectan con los cantones de la conurbación Guayaquil, Daule, Samborondón y Durán.	O9	Implementación de políticas públicas accesibles con el fin de garantizar la movilidad de las personas (discapacitadas), posicionando al Nuevo Samborondón como destino
F10	El GAD Municipal de Samborondón tiene un departamento enfocado en el desarrollo turístico.	O10	Uso de redes sociales para la promoción del Nuevo Samborondón, enfocándose en mostrar los recursos y/o atractivos que posee la zona

DEBILIDADES		AMENAZAS	
D1	Inexistente proceso de planificación turística en Samborondón.	A1	Afectaciones del fenómeno del niño en la zona donde está ubicado el Polígono Territorial del Nuevo
D2	Ausencia de áreas verdes y de recreación que sean de uso público	A2	Aumento de la delincuencia en la zona urbana y rural.
D3	Exceso de tráfico en la vía Samborondón pese a que existe un	A3	Desarrollo urbanístico desenfrenado.
D4	Inexistente servicio de internet público en el Nuevo Samborondón que no brinda el GAD Municipal de	A4	Incremento de la contaminación en el río Babahoyo por el aumento de la zona inmobiliaria.
D5	No se aprovecha el potencial de los recursos naturales de forma	A5	Saturación del paisaje debido a la presencia de basura y urbanizaciones.
D6	Ineficiente manejo de ordenanzas para la clasificación y manejo de los desechos sólidos, y de esa forma	A6	Conflicto de interés entre los interesados tanto del sector público como del privado para obtener
D7	Carencia de señalética turística.	A7	Comercialización de sustancias ilícitas en consecuencia de la distribución de las mismas por vendedores informales
D8	Samborondón presenta ausencia de facilidades para personas con movilidad reducida.	A8	Inadecuada preparación del GAD Municipal de Samborondón y la población local para afrontar desastres
D9	Desconocimiento del sitio y los recursos con los que cuenta por parte de los interesados claves.	A9	Falta de programas locales para reducir la huella de carbono y propiciar actividades ecológicas favorables para los visitantes
D10	Potenciales visitantes no logren acceder al Nuevo Samborondón, debido a su difícil ingreso y la falta de	A10	Invasiones y asentamientos irregulares en terrenos no construidos en Samborondón.

Nota: elaborado por el Lic. Numa Sebastián Calle Lituma, Esp, Mg. MBA, PhD (c)

Fuente: Chapman; 2018 & Fahey; 2015

FODA Ponderado

FORTALEZAS		Nivel	OPORTUNIDADES		Nivel
Descripción			Descripción		
F1	Es un área con un exponencial desarrollo inmobiliario, cuya oferta de inmuebles para la venta y alquiler es muy variada.	3	O1	Mejorar en la calidad de vida de los residentes.	3
F2	El desarrollo urbanístico de La Puntilla hace énfasis en la calidad de vida de las personas, dado a su infraestructura.	3	O2	Ecuador forma parte del Plan de Digitalización para pymes impulsado por la Organización de Estados Americanos (OEA).	3
F3	La Puntilla Samborondón ofrece una amplia variedad de servicios en restauración, además de una interesante y diversa oferta gastronómica	3	O3	Interés de inversionistas nacionales e internacionales en crear proyectos dentro de Samborondón.	3
F4	El lugar donde se realizará el proyecto es una zona de importante desarrollo comercial y empresarial.	2	O4	Desarrollo de un transporte fluvial integrado con otros cantones.	2
F5	Interés del sector público en desarrollar proyectos de la propuesta estratégica del PDOT del GAD Municipal de	3	O5	El Nuevo Samborondón ofrecerá vías alternas que disminuirán el tráfico que se genera actualmente en Samborondón	3
F6	Su ubicación geográfica es un punto favorable, porque que esta muy cerca de su CDT que es la ciudad de Guayaquil; además, el Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo está a 15 minutos.	2	O6	Presencia de alianzas económicas con el sector privado que generen proyectos turísticos en el Nuevo Samborondón que permitan potenciar y elevar oportunidades comerciales.	3
F7	Algunas zonas de Samborondón han experimentado un desarrollo económico debido a las inversiones, emprendimientos y ofertas de empleo.	3	O7	Potenciar productos turísticos diferenciados.	3
F8	Samborondón presenta una diversidad de actividades culturales, eventos y opciones recreativas que promueven la interacción social.	2	O8	Apoyo público para la reducción del IVA que busca impulsar y dinamizar la economía del sector turístico.	3
F9	Samborondón tiene puentes que conectan con los cantones de la conurbación Guayaquil, Daule, Samborondón y Durán.	1	O9	Implementación de políticas públicas accesibles con el fin de garantizar la movilidad de las personas (discapacitadas), posicionando al Nuevo Samborondón como destino turístico accesible e inclusivo.	2
F10	El GAD Municipal de Samborondón tiene un departamento enfocado en el desarrollo turístico.	1	O10	Uso de redes sociales para la promoción del Nuevo Samborondón, enfocándose en mostrar los recursos y/o atractivos que posee la zona.	3
TOTAL		23	TOTAL		28

DEBILIDADES			AMENAZAS		
Descripción	Nivel		Descripción	Nivel	
D1	Inexistente proceso de planificación turística en Samborondón.	3	A1	Afectaciones del fenómeno del niño en la zona donde está ubicado el Polígono Territorial del Nuevo Samborondón.	1
D2	Ausencia de áreas verdes y de recreación que sean de uso público dentro del sitio.	3	A2	Aumento de la delincuencia en la zona urbana y rural.	3
D3	Exceso de tráfico en la vía Samborondón pese a que existe un anillo vial.	3	A3	Desarrollo urbanístico desenfrenado.	2
D4	Inexistente servicio de internet público en el Nuevo Samborondón que no brinda el GAD Municipal de Samborondón.	2	A4	Incremento de la contaminación en el río Babahoyo por el aumento de la zona inmobiliaria.	3
D5	No se aprovecha el potencial de los recursos naturales de forma sostenible.	3	A5	Saturación del paisaje debido a la presencia de basura y urbanizaciones.	3
D6	Ineficiente manejo de ordenanzas para la clasificación y manejo de los desechos sólidos, y de esa forma evitar la contaminación.	3	A6	Conflicto de interés entre los interesados tanto del sector público como del privado para obtener beneficios de proyectos.	3
D7	Carencia de señalética turística.	3	A7	Comercialización de sustancias ilícitas en consecuencia de la distribución de las mismas por vendedores informales en Samborondón.	3
D8	Samborondón presenta ausencia de facilidades para personas con movilidad reducida.	3	A8	Inadecuada preparación del GAD Municipal de Samborondón y la población local para afrontar desastres naturales.	3
D9	Desconocimiento del sitio y los recursos con los que cuenta por parte de los interesados claves.	2	A9	Falta de programas locales para reducir la huella de carbono y propiciar actividades ecológicas favorables para los visitantes potenciales.	2
D10	Potenciales visitantes no logren acceder al Nuevo Samborondón, debido a su difícil ingreso y la falta de transporte.	2	A10	Invasiones y asentamientos irregulares en terrenos no construidos en Samborondón.	
TOTAL		27	TOTAL		23

Nota: elaborado por el Lic. Numa Sebastián Calle Lituma, Esp, Mg. MBA, PhD (c)

Fuente: Chapman; 2018 & Fahey; 2015

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS		
<p>F1 - Presencia de un potencial turístico en el territorio del Nuevo Samborondón.</p> <p>F2 - La riqueza natural de la zona ofrece atractivos turísticos que pueden ser aprovechados.</p> <p>F3 - Existe un potencial turístico en el territorio del Nuevo Samborondón que puede ser aprovechado.</p> <p>F4 - El territorio del Nuevo Samborondón ofrece un potencial turístico que puede ser aprovechado.</p> <p>F5 - El territorio del Nuevo Samborondón ofrece un potencial turístico que puede ser aprovechado.</p> <p>F6 - El territorio del Nuevo Samborondón ofrece un potencial turístico que puede ser aprovechado.</p> <p>F7 - El territorio del Nuevo Samborondón ofrece un potencial turístico que puede ser aprovechado.</p> <p>F8 - El territorio del Nuevo Samborondón ofrece un potencial turístico que puede ser aprovechado.</p> <p>F9 - El territorio del Nuevo Samborondón ofrece un potencial turístico que puede ser aprovechado.</p> <p>F10 - El territorio del Nuevo Samborondón ofrece un potencial turístico que puede ser aprovechado.</p>	<p>D1 - Ausencia de un potencial turístico en el territorio del Nuevo Samborondón.</p> <p>D2 - La riqueza natural de la zona ofrece atractivos turísticos que pueden ser aprovechados.</p> <p>D3 - Existe un potencial turístico en el territorio del Nuevo Samborondón que puede ser aprovechado.</p> <p>D4 - El territorio del Nuevo Samborondón ofrece un potencial turístico que puede ser aprovechado.</p> <p>D5 - El territorio del Nuevo Samborondón ofrece un potencial turístico que puede ser aprovechado.</p> <p>D6 - El territorio del Nuevo Samborondón ofrece un potencial turístico que puede ser aprovechado.</p> <p>D7 - El territorio del Nuevo Samborondón ofrece un potencial turístico que puede ser aprovechado.</p> <p>D8 - El territorio del Nuevo Samborondón ofrece un potencial turístico que puede ser aprovechado.</p> <p>D9 - El territorio del Nuevo Samborondón ofrece un potencial turístico que puede ser aprovechado.</p> <p>D10 - El territorio del Nuevo Samborondón ofrece un potencial turístico que puede ser aprovechado.</p>	<p>O1 - Desarrollo de la infraestructura turística en la zona urbana y rural.</p> <p>O2 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>O3 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>O4 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>O5 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>O6 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>O7 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>O8 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>O9 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>O10 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p>	<p>A1 - Desarrollo de la infraestructura turística en la zona urbana y rural.</p> <p>A2 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>A3 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>A4 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>A5 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>A6 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>A7 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>A8 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>A9 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>A10 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p>
<p>O1 - Desarrollo de la infraestructura turística en la zona urbana y rural.</p> <p>O2 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>O3 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>O4 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>O5 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>O6 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>O7 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>O8 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>O9 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>O10 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p>	<p>A1 - Desarrollo de la infraestructura turística en la zona urbana y rural.</p> <p>A2 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>A3 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>A4 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>A5 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>A6 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>A7 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>A8 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>A9 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>A10 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p>	<p>- Realizar plan de innovación y creación de productos y actividades turísticas con el apoyo del GAD Municipal, inversionistas privados, y la academia, con el fin de adaptarlos a las nuevas condiciones del mercado y a las necesidades de los visitantes de tal manera que incremente el flujo de visitantes.</p> <p>- Crear perfiles en redes sociales oficiales del sitio con la finalidad de impulsar su promoción turística, con la intervención de la comunidad receptora y el Ministerio de Turismo que permita incentivar a los turistas a visitar el Nuevo Samborondón.</p> <p>- Generar propuesta al GAD Municipal sobre políticas de comunicación entre el sector público y privado de la localidad para la creación del servicio de intermediarios en el Nuevo Samborondón que permita generar programas turísticos con profesionales en el área.</p> <p>- Realizar estudios para determinar los nuevos productos turísticos en el territorio que respondan a la demanda actual y potencial, con ayuda de la Academia y el GAD para determinar los, tomando como referencia las demás ciudades, pero analizando las diferencias existentes en el Nuevo Samborondón.</p>	<p>- Realizar plan de innovación y creación de productos y actividades turísticas con el apoyo del GAD Municipal, inversionistas privados, y la academia, con el fin de adaptarlos a las nuevas condiciones del mercado y a las necesidades de los visitantes de tal manera que incremente el flujo de visitantes.</p> <p>- Crear perfiles en redes sociales oficiales del sitio con la finalidad de impulsar su promoción turística, con la intervención de la comunidad receptora y el Ministerio de Turismo que permita incentivar a los turistas a visitar el Nuevo Samborondón.</p> <p>- Generar propuesta al GAD Municipal sobre políticas de comunicación entre el sector público y privado de la localidad para la creación del servicio de intermediarios en el Nuevo Samborondón que permita generar programas turísticos con profesionales en el área.</p> <p>- Realizar estudios para determinar los nuevos productos turísticos en el territorio que respondan a la demanda actual y potencial, con ayuda de la Academia y el GAD para determinar los, tomando como referencia las demás ciudades, pero analizando las diferencias existentes en el Nuevo Samborondón.</p>
<p>O1 - Desarrollo de la infraestructura turística en la zona urbana y rural.</p> <p>O2 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>O3 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>O4 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>O5 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>O6 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>O7 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>O8 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>O9 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>O10 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p>	<p>A1 - Desarrollo de la infraestructura turística en la zona urbana y rural.</p> <p>A2 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>A3 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>A4 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>A5 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>A6 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>A7 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>A8 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>A9 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p> <p>A10 - Realización de estudios de factibilidad para la creación de productos turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p>	<p>- Aprovechamiento de los productos existentes para la creación de nuevos productos en clústeres turísticos que permitan atender demandas de visitantes potenciales.</p>	<p>- Implementar auditorías de gestión de los recursos que se destinan a la localidad, visualización del MINTUR como ente regulador del cumplimiento de reglamentos durante el establecimiento, avance y verificación de la planta turística del Nuevo Samborondón por parte del GAD de Samborondón.</p>

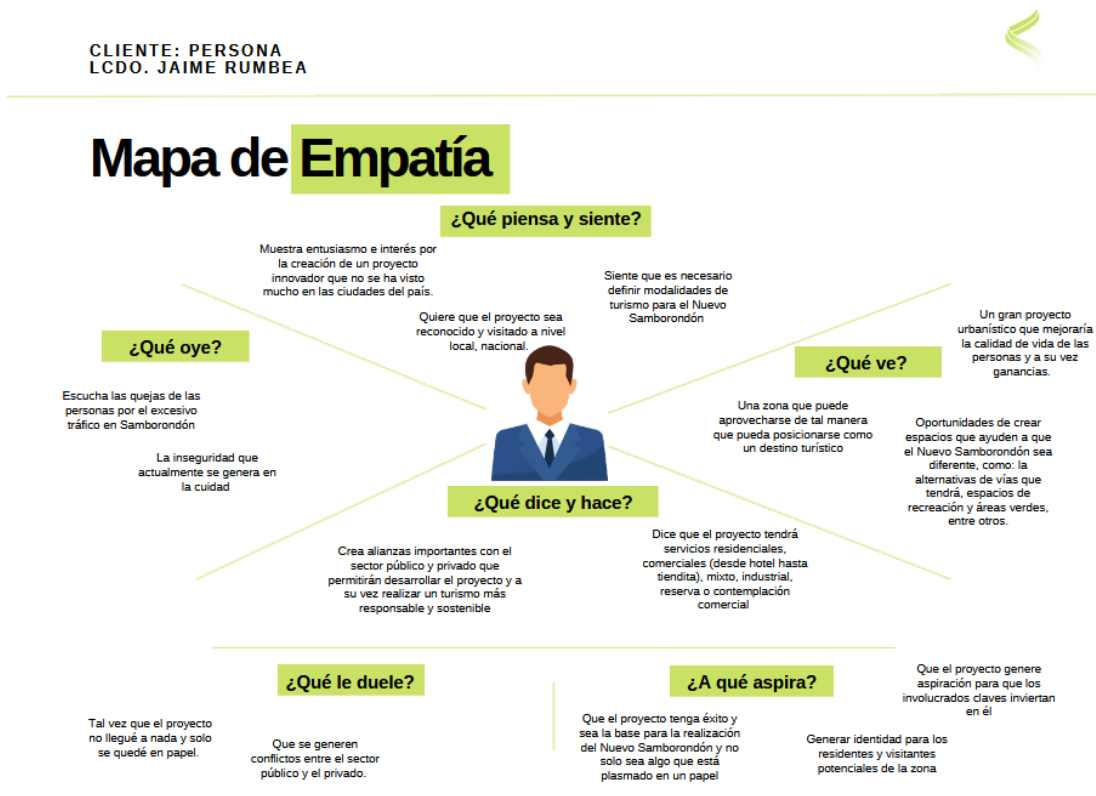
Nota: elaborado por el Lic. Numa Sebastián Calle Lituma, Esp, Mg. MBA, PhD (c)

Fuente: Chapman; 2018 & Fahey; 2015

Anexo 4. Matriz de involucrados

Mapas de empatía

Análisis de Herramienta: Mapa de empatía al cliente (Persona)



Fuente: Autoría Propia (2023)

Análisis de Herramienta: Mapa de empatía a un residente



Mapa de Empatía



Fuente: Autoría Propia (2023)

Análisis de Herramienta: Mapa de empatía a un Visitante Potencial



Mapa de Empatía



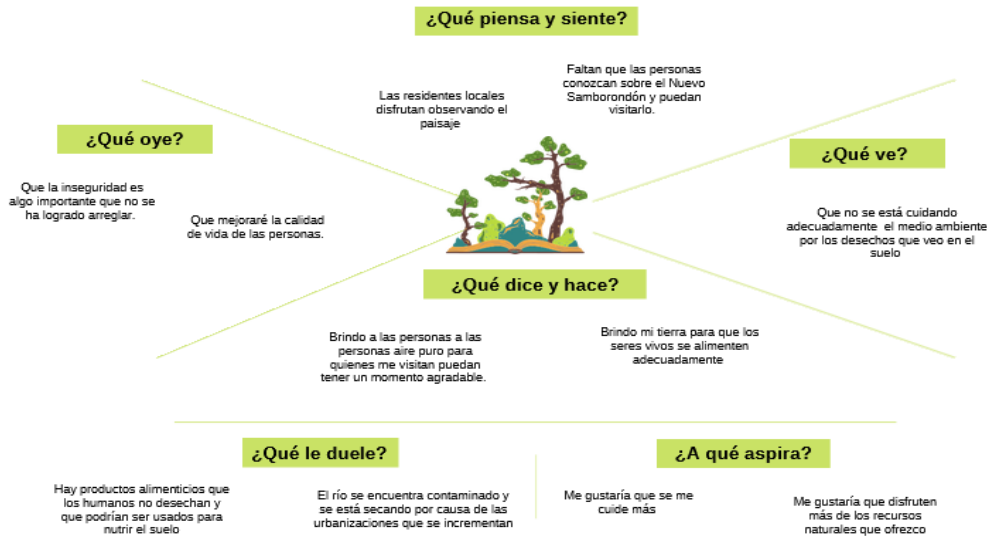
Fuente: Autoría Propia (2023)

Análisis de Herramienta: Mapa de empatía a la naturaleza

MAPA DE EMPATÍA A LA NATURALEZA



Mapa de Empatía



Fuente: Autoría Propia (2023)

Anexo 5. Matriz de Vocación Turística

Análisis de Herramienta: Matriz de Vocación Turística

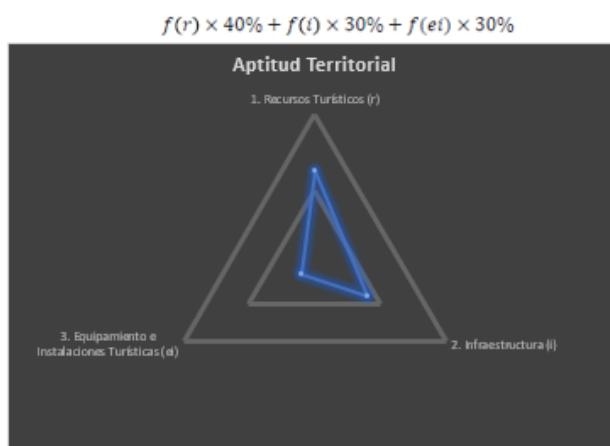
Factores y Variables "Aptitud Territorial"

Factores	Criterios	Valoración
Recursos Turísticos	Patrimonio Material	2
	Patrimonio Inmaterial	0
	Festividades y Evento:	1
	Sitios Naturales	2
Infraestructura	Accesibilidad Sistema Integrado	0
	Accesibilidad Transporte Público	1
	Comunicaciones	0
	Calidad Ambiental	1
	Señalética	2
Equipamiento e Instalaciones Turísticas	Servicios de	0
	Servicios de	1
	Señalización Turística	0
	Información Turística	0
	Accesibilidad de Visita	0

Nota: Solo encontramos un alojamiento en la zona

Factores y Variables "Aptitud Territorial"

Factores	Valor	Calificación	Aptitud
1. Recursos Turísticos (r)	40%	1,25	0,50
2. Infraestructura	30%	0,80	0,24
3. Equipamiento e Instalaciones Turísticas (ei)	30%	0,20	0,06
Calificación Total			0,80



Nota: elaborado por el Lic. Numa Sebastián Calle Lituma, Esp, Mg. MBA, PhD (c)

Fuente: López & Torres; 2018

Elaborado por: Lic. Numa Sebastián Calle Lituma, Esp. Mg. MBA. PhD (c)

Fuente: López & Torres; 2018

Factores y Variables "Capacidad"

Factores	Valor	Calificación	Capacidad
1. Capacidad de Atención (ca)	20%	0,00	0,00
2. Grado de Planificación Turística (p)	20%	0,00	0,00
3. Afluencia Turística Actual (a)	20%	0,00	0,00
4. Publicidad y Promoción (pp)	20%	1,00	0,20
5. Importancia Turística Actual (it)	20%	1,00	0,20
Calificación Total			0,40

$$f(f) * 20\% + f(p) * 20\% + f(a) * 20\% + f(pp) * 20\% + f(it) * 20\%$$



Nota: En el Parque Histórico si se encuentran guías

Nota: elaborado por el Lic. Numa Sebastián Calle Lituma, Esp, Mg. MBA, PhD (c)

Fuente: López & Torres; 2018

Anexo 6. Matriz de Valoración Territorial

Análisis de Herramienta: Matriz de Valoración Territorial

Elaborado por: Lic. Numa Sebastián Calle Lituma, Esp, Mg. MBA, PhD (c) y Lic. Ronal Edison Chaca Espinoza, Mg, PhD.

Criterios	Valoración	Calificación	Contenido Territorial
Disponibilidad de Servicios de Energía Eléctrica y Alumbrado Público (EE)	10%	2	0,20
Disponibilidad de Servicios de Agua Potable, Alcantarillado y Tratamiento de Aguas (AP)	10%	2	0,20
Disponibilidad de Servicios de Comunicación (SC)	5%	2	0,10
Disponibilidad de Recolección de Basura (RB)	10%	1	0,10
Problemas sociales en el territorio (PS)	5%	1	0,05
Disponibilidad de Servicios de Salud (SS)	5%	2	0,10
Disponibilidad de Seguridad (SG)	5%	1	0,05
Conservación y cuidado de los reursos naturales y/o culturales (CR)	10%	1	0,10
Actividad económica del lugar (AE)	10%	1	0,10
Organización Social (OS)	10%	1	0,10
Disponibilidad de elementos culturales identitarios del territorio (DC)	10%	0	0,00
Disponibilidad de espacios naturales característicos y zonas de recreación en el territorio (DN)	10%	1	0,10
TOTAL			1,20

100%

$$CT = f(EE) * 10\% + f(AP) * 10\% + f(SC) * 5\% + f(RB) * 10\% + f(PS) * 5\% + f(SS) * 5\% + f(SG) * 5\% + f(CR) * 10\% + f(AE) * 10\% + f(OS) * 10\% + f(DC) * 10\% + f(DN) * 10\%$$



Nota: elaborado por el Lic. Numa Sebastián Calle Lituma, Esp, Mg. MBA, PhD (c)

Fuente: Calle & Chaca; 2023

Elaborado por: Lic. Numa Sebastián Calle Lituma, Esp, Mg. MBA, PhD (c) y Lic. Ronal Edison Chaca Espinoza, Mg, PhD.

Criterios	Valoración	Calificación	Contenido Territorial
Vialidad (V)	15%	1	0,15
Infraestructura de conectividad (IC)	10%	0	0,00
Frecuencia de conectividad hacia el territorio (FC)	10%	0	0,00
Distancia del lugar al atractivo turístico más importante (DT)	10%	1	0,10
Distancia del lugar al sitio de visita más cercano (DS)	10%	1	0,10
Distancia del lugar al destino turístico más cercano (DD)	10%	0	0,00
Distancia desde el lugar y el principal mercado emisor (DM)	10%	2	0,20
Conglomeración territorial y concentración de oferta actual y/o potencial (CO)	15%	2	0,30
Señalización (S)	10%	2	0,20
TOTAL			1,05

$$UC = f(V) * 15\% + f(IC) * 10\% + f(FC) * 10\% + f(DT) * 10\% + f(DS) * 10\% + f(DD) * 10\% + f(DM) * 10\% + f(CO) * 15\% + f(S) * 10\%$$



Nota: elaborado por el Lic. Numa Sebastián Calle Lituma, Esp, Mg. MBA, PhD (c)

Fuente: Calle & Chaca; 2023

Anexo 7. Matriz de percepción de la localidad

Análisis de Herramienta: Matriz de percepción de la localidad

La escala de valoración cuantitativa se aplicará en la matriz de la siguiente:		Categoría	Valor Asignado
		Positivo	3
		Neutral	2
		Negativo	1

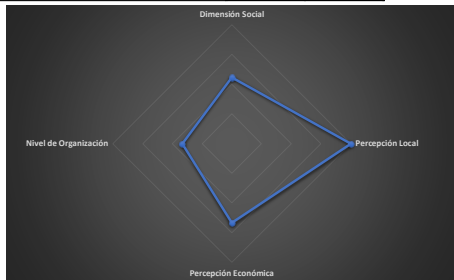
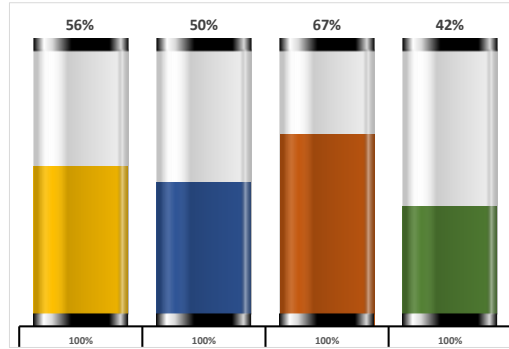
CATEGORÍA	DIMENSIÓN SOCIAL			PERCEPCIÓN LOCAL						PERCEPCIÓN ECONÓMICA			NIVEL DE ORGANIZACIÓN			
ATRIBUTO	Posición frente a la actividad turística en el lugar	Grado de interés por participar en el desarrollo de actividades turísticas	Contribución del turismo en los procesos sociales de la localidad	Conocimiento de la existencia de recursos turísticos en el territorio	Conocimiento de la existencia de atractivos turísticos en el territorio	Conocimiento de la finalidad de visita hacia el territorio	Conocimiento del flujo de visitantes en la comunidad	Percepción o sentimiento causado por la presencia de visitantes	Opinión sobre la necesidad (económica) de la llegada de visitantes	Incidencia de los ingresos económicos que perciben por su actividad actual	Percepción de los beneficios que pueden esperarse por efectos del turismo	Grado de disposición de la localidad para invertir en actividades turísticas	Nivel de organización colectiva entorno a objetivos comunes	Presencia de líderes sociales al interior de la comunidad	Opinión del trabajo realizado por los líderes	Presencia de conflictos entre actores y grupos sociales
CÓDIGO	S1	S2	S3	P1	P2	P3	P4	P5	P6	E1	E2	E3	O1	O2	O3	O4
VALOR	2	2	1	1	1	1	1	2	3	2	3	1	1	2	1	1
GRÁFICA LINEAL	[Gráfico lineal con ejes S1, S2, S3]			[Gráfico lineal con ejes P1-P6]						[Gráfico lineal con ejes E1-E3]			[Gráfico lineal con ejes O1-O4]			
GRÁFICA DE RED	[Gráfico de red con ejes S1, S2, S3]			[Gráfico de red con ejes P1-P6]						[Gráfico de red con ejes E1-E3]			[Gráfico de red con ejes O1-O4]			
ACCIONES DE MEJORA PROPUESTA	[Acciones de mejora propuestas para la actividad turística en los recintos por parte del GAD Municipal]			[Acciones de mejora propuestas a las comunidades locales para que conozcan sobre los recursos y/o atractivos que tiene que tendrá la localidad]						[Acciones de mejora propuestas relacionadas con la percepción económica]			[Acciones de mejora propuestas relacionadas con el nivel de organización]			

Nota: elaborado por el Lic. Numa Sebastián Calle Lituma, Esp, Mg. MBA, PhD (c)

Fuente: Calle & Chaca; 2023

$$EPL = f(DS) * 20\% + f(PL) * 40\% + f(PE) * 20\% + f(NO) * 20\%$$

Categorías	Escala Valorativa por Criterio	Escala Valorativa por Categoría	Peso Porcentual	Valor Categoría	Porcentaje de cumplimiento de la Categoría
Dimensión Social (DS)					
S1	2	1,67	20%	0,11	56%
S2	2				
S3	1				
Percepción Local (PL)					
P1	1	1,50	40%	0,20	25%
P2	1				
P3	1				
P4	1				
P5	2				
P6	3				
Percepción Económica (PE)					
E1	2	2,00	20%	0,13	67%
E2	3				
E3	1				
Nivel de Organización (NO)					
O1	1	1,25	20%	0,08	42%
O2	2				
O3	1				
O4	1				
Total			100%	0,53	



Nota: elaborado por el Lic. Numa Sebastián Calle Lituma, Esp, Mg. MBA, PhD (c)
Fuente: Calle & Chaca; 2023

Anexo 8: Nuevo Samborondón



Fuente: Autoría Propia (2023)



Fuente: Autoría Propia (2023)



Fuente: Autoría Propia (2023)



Fuente: Autoría Propia (2023)



Fuente: Autoría Propia (2023)



Fuente: Autoría Propia (2023)



Fuente: Autoría Propia (2023)



Fuente: Autoría Propia (2023)



Fuente: Autoría Propia (2023)



Fuente: Autoría Propia (2023)



Fuente: Autoría Propia (2023)



Fuente: Autoría Propia (2023)



Fuente: Autoría Propia (2023)



Fuente: Autoría Propia (2023)



Fuente: Autoría Propia (2023)

Anexo 9. Prototipo del plan de ordenamiento turístico territorial para el Nuevo Samborondón

Link: <https://online.fliphtml5.com/ofyzq/jjaf/?1706323640498>



GLOSARIO DE TÉRMINOS ORIENTADOS AL TURISMO	
TERMINOLOGÍA	DEFINICIÓN
Turismo	Turismo se refiere a la actividad de los visitantes.
Planificación Turística	La planificación turística es el proceso que se basa en la investigación y la evaluación, y que busca optimizar la potencial contribución del turista al bienestar humano y a la calidad ambiental.
Vocación Turística	Es un concepto frecuentemente usado en los territorios para referirse a lugares con capacidad de atraer la mirada del turista o son potencial para el desarrollo del turismo.
Sistema Turístico	A un modelo conceptual, formado por una serie de elementos ordenados según sus funciones, es decir un conjunto de elementos interrelacionados entre sí y que permiten la existencia y correcto desarrollo del fenómeno llamado turismo, como lo son: demanda turística, oferta turística, espacio geográfico y los operadores del mercado.
Actividades	En las estadísticas de turismo el término actividades representa las actividades y comportamientos de las personas al preparar un viaje o durante este, en tanto que consumidores.
Sector turístico	El sector turístico, según la Cuenta Satélite de Turismo, es la agrupación de unidades de producción en diferentes industrias que suministran los bienes y servicios de consumo que demandan los visitantes. Estas industrias se demuestran industrias turísticas porque las adquisiciones de los visitantes representan una proporción tan considerable de su oferta que, en ausencia de visitantes, su producción dejaría de existir en cantidades significativas.
Servicios	Los servicios son el resultado de una actividad productiva que cambia las condiciones de las unidades que los consumen o que facilita el intercambio de productos o de activos financieros.
Turista (visitante que pernocta)	Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta) si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario.
Visitante	Un visitante viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, (por menos de un año, con cualquier fin principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea el empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado. Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario.
Visitante del día (o excursionista)	Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta) si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario.
Requerimiento	Pasos a seguir para realizar alguna actividad respecto al proyecto.

INTRODUCCIÓN

El polígono territorial "El Nuevo Samborombón" es un proyecto de la consultora Persona cuyo fin consiste en incrementar el valor del inmueble residencial a través de la edificación de viviendas en La Pantilla, una zona de importante desarrollo económico, actividad comercial y empresarial en Samborombón, permitiendo mejorar la calidad de vida de sus residentes al integrar comercios y lugares de esparcimiento en un área de 2-300 hectáreas en la cual se ubican los viviendas.

JUSTIFICACIÓN

Sin un producto que permita consolidar un adecuado proceso de planificación turística para el Nuevo Samborombón, las oportunidades para aprovechar los impactos positivos de la actividad turística serán limitadas y, finalmente, desaprovechadas. Los recursos disponibles, en conjunto con el talento humano reflejado en el servicio al cliente, permiten definir las directrices necesarias para que el proyecto del Nuevo Samborombón tenga un enfoque turístico capaz de generar fuentes alternativas de ingresos, dinamización de la economía, mayor reconocimiento de la zona a nivel nacional e internacional, posicionamiento del destino, nuevas inversiones, alianzas entre la empresa privada y los gobiernos locales, entre otros beneficios.

MISIÓN

Guiados por la planificación estratégica, nuestro compromiso es impulsar el Plan de Ordenamiento Turístico Territorial en el Nuevo Samborombón, promoviendo la prosperidad económica, la calidad de vida y la preservación del entorno, consolidando así un destino diversificado, atractivo para residentes y visitantes por igual.

VISIÓN

Construir un Nuevo Samborombón vibrante y sostenible mediante un Plan de Ordenamiento Turístico Territorial, donde las zonas comercial, residencial, industrial y recreacional convergen armoniosamente, ofreciendo experiencias únicas que cautivan a residentes y visitantes por igual.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan de ordenamiento turístico territorial para el Nuevo Samborombón, a través de herramientas técnicas de planificación turística y metodologías de pensamiento innovador, para el aprovechamiento adecuado de los recursos territoriales del lugar, a partir del año 2024

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1

Investigar la situación turística actual del Nuevo Samborombón, para la identificación de la realidad contextual del turismo, a través de la indagación de fuentes primarias y secundarias.

2

Análisis el perfil de usuarios potenciales que conformarán la demanda de visitantes y vivienda en el lugar a través de la definición e identificación de posibles escenarios que involucren la interacción entre estos actores y el turismo.

3

Validar el plan de ordenamiento turístico territorial para el Nuevo Samborombón mediante las interacciones del prototipo de diversos grupos de interés, para acordar acuerdos y estrategias de implementación.

PLANIFICACIÓN TURÍSTICA

ENFOQUES

Dentro del trabajo de investigación se toma en cuenta 3 enfoques de planificación turística, que se describen en las siguientes tablas:

Tabla 1
Enfoque Físico-Espacial.

Supuestos	Problemas de Planificación	Métodos
<ul style="list-style-type: none"> El turismo es una actividad que consume espacio y recursos. El turismo es un fenómeno espacial que implica el acondicionamiento de los destinos. El desarrollo se mide en términos ambientales. 	<ul style="list-style-type: none"> Dar un uso adecuado al espacio y a los recursos naturales y culturales disponibles. Manejar y gestionar las visitas y los flujos de visitantes. Evitar la concentración y dispersión de visitantes. Definir actividades turísticas de acuerdo con las condiciones del territorio. 	<ul style="list-style-type: none"> Estudios de impacto ambiental. Sistemas de información geográfica. Ordenamiento territorial. Indicadores ambientales.

Fuente: Manual para el diagnóstico turístico local (Ricarte, 2009).

Tabla 2
Enfoque Estratégico.

Supuestos	Problemas de Planificación	Métodos
<ul style="list-style-type: none"> El turismo funciona bajo la influencia constante de condiciones externas. Enfoque prospectivo, dinámico y creativo de la planificación. La planificación puede adaptarse ante contextos cambiantes e inciertos. 	<ul style="list-style-type: none"> Comprender el entorno en el que el turismo se desenvuelve. Establecer estrategias. Adaptar los medios existentes a los objetivos trazados. Solucionar las debilidades del destino. Definir posibles escenarios futuros. 	<ul style="list-style-type: none"> Estudios de oferta-demanda. Análisis FOQA. Diagnóstico territorial. Visación turística. Visación territorial. Análisis percepción de la comunidad local.

Fuente: Manual para el diagnóstico turístico local (Ricarte, 2009).

Tabla 3
Enfoque Sostenible

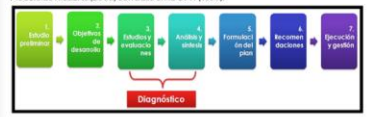
Supuestos	Problemas de Planificación	Métodos
<ul style="list-style-type: none"> El turismo actúa y está influenciado por aspectos económicos, sociales ambientales y políticos. La planificación del turismo debe integrarse a otros procesos de planificación. Protección del patrimonio cultural y natural de los destinos. 	<ul style="list-style-type: none"> Comprender el funcionamiento del sistema turístico. Coordinación entre el sector público y privado. Establecimiento de objetivos claros de desarrollo. Planificar la actividad para satisfacer las necesidades locales y las necesidades de la demanda y el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> Módulos sistemáticos de planificación. Integración de análisis económicos, sociales y ambientales. Comerciancia de la comunidad receptora y del turista. Visación turística.

Fuente: Manual para el diagnóstico turístico local (Ricarte, 2009).

MODELOS

Para el desarrollo de este proyecto se utilizará el modelo de Ricarte (2009) basado en la OMT (1999). Este nos permite modificar su secuencia acorde al enfoque o los enfoques seleccionados, se recoge información referente al sistema turístico local y sus elementos, así mismo permite realizar el diagnóstico, análisis y propuestas que se requieren en el proyecto. áreas en la cual se ubican las viviendas.

Figura 1
Modelo de Ricarte (2009) con base en la OMT (1999).



Fuente: Manual para el diagnóstico turístico local (Ricarte, 2009).

PLANIFICACIÓN TURÍSTICA

SISTEMA TURÍSTICO

Para el sitio se aplicará el Sistema de Sergio Molina (1991-2000), dado que el Nuevo Saborondón cuenta con cada uno de los elementos que posee el sistema, así mismo este nos permitirá analizar de manera holística los componentes internos y los externos al desarrollo turístico de la región de destino, así como los diferentes recursos y los factores políticos, económicos y sociales.

Justificación del sistema turístico


- Superestructura**
La superestructura son todas aquellas instituciones publicas o privadas, sistemas, encargados de regular la actividad turística mediante la toma de decisiones que incidan en el desarrollo turístico. Estas instituciones poseen normativas como leyes, regulaciones, políticas que deben ser respetados como protocolo para el ofrecimiento de los servicios turísticos.
En lo que respecta a la superestructura dentro del territorio del Nuevo Saborondón se toma en cuenta al Ministerio de Turismo, entidad que ejerce: la rectoría, regulación, control, planificación, gestión, promoción y difusión, así mismo el GAD Municipal del cantón Saborondón, el cual se encarga de gestionar los subsistemas distribuidos en el territorio y validar todos los procesos que requieran proyectarse.
- Comunidad Receptora**
En la comunidad receptora encontramos a los prestadores de servicios turísticos y a las personas que, aunque no sean parte de ellos, son quienes viven dentro del territorio recibiendo indirectamente a los visitantes potenciales.

- Demanda**
En la demanda podemos encontrar a los visitantes, los cuales pueden llegar a pernoctar en la localidad y a los visitantes del día o excursionistas. Los últimos están de paso o regresan a su entorno habitual al final del día.
- Recursos**
En los recursos del lugar se encuentra el río Babahoyo que es parte importante de lo que naturalmente podemos encontrar y puede aportar mucho al desarrollo del turismo.
- Equipamiento e instalaciones**
Asimismo, en el equipamiento e instalaciones se encuentran todos los servicios turísticos. Estos comprenden el alojamiento, alimentos y bebidas, transportación, interpretación e intermediación. En el Nuevo Saborondón actualmente no cuenta con estos servicios, pero se los proyecta en un futuro.
- Infraestructura**
Por último, dentro de la infraestructura están todos los servicios y productos que ayudan a que pueda suceder la actividad turística. Aquí están las carreteras, centros de salud, redes de comunicación, sanidad, etc. En este territorio existen calles en las vías principales, en otras pues hacen faltas mejorar ya que se encuentran en deterioro. Además, dentro de su territorio hay el servicio de agua, electricidad, comunicación telefónica como se lo detallará en la primera parte de este trabajo.

06

PLANIFICACIÓN TURÍSTICA

Figura 2
Sistema Turístico de Molina (1991-2000):



Fuente: Manual para el diagnóstico turístico local (Ricarte, 2006)

07



Fuente: EDSA, 2021

DIAGNÓSTICO

Una parroquia urbana satélite (La Puntilla, zona residencial de estratos poblacionales medios altos, construcciones vanguardistas y de crecimiento económico muy dinámico con grandes centros y complejos comerciales, sistemas y unidades académicas de alto nivel, centros turísticos y deportivos), una parroquia rural y donde es parte el Nuevo Samborondón con 2 recintos (con sus tradiciones costumbristas del montubio de la costa ecuatoriana, dedicados a la agricultura, ganadería y pesca).

DIAGNÓSTICO

Delimitación del área

El Nuevo Samborondón posee un terreno de 2300 hectáreas, está situado en la provincia del Guayas, ciudad de Samborondón, en la parroquia La Puntilla (Satélite).

Figura 3

Delimitación del terreno "Nuevo Samborondón"



Fuente: Autoría propia con base en Google Earth, 2023

Características geográficas y climáticas

En los actuales momentos, el Nuevo Samborondón no dispone de registros estadísticos cuantitativos y cualitativos sobre indicadores de biodiversidad y la calidad del entorno natural, lo que limita e impide realizar un diagnóstico más exhaustivo sobre los componentes bióticos (flora y fauna) y abióticos (clima, humedad, aire, suelo, agua, temperatura, pH), entre otros.



DIAGNÓSTICO

Clima

Según la clasificación de Koppen (2005) podemos ubicar al cantón Samborondón en una zona climática tropical sabana – estepa cálida. Según la clasificación de Parrot (1995) basada en valores anuales de precipitación, se encuentra en un clima tropical mega – térmico seco semihúmedo⁴ con precipitaciones de 500 y 1000 mm anuales, con una estación seca marcada y temperaturas sólidas superiores a 24°C. Durante la estación seca de junio a diciembre se han registrado temperaturas de 23°C a 25°C y en época de lluvias de enero a mayo de 26°C a 32°C, sin tomar en cuenta las temperaturas altas durante el fenómeno de El Niño. La temperatura media anual del cantón Samborondón es de 25°C.

Hidrología y calidad de agua

Dentro del cantón Samborondón, se encuentra el Nuevo Samborondón. Por lo tanto, la red hidrográfica que abastece la zona es el mismo que el del cantón. Según el Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial (2012-2022) de Samborondón se establece la existencia de "ríos y esteros de tipo perenne e intermitente".

Usos de suelo

Zona residencial, educativa y salud

Características:

- Viviendas unifamiliares y multifamiliares en complejos residenciales o ciudadelas.
- Calles arboladas, aceras peatonales (dimensión: 1.5 m) y ciclovías (dimensión: 2 m).
- Parques y espacios verdes dentro de las ciudadelas de viviendas.
- Instalaciones educativas y de salud cercanas.

Densidad Poblacional:

- Moderada a media densidad.
- Espacios abiertos para recreación comunitaria.

09

DIAGNÓSTICO

Figura 4
Diagrama de Circulación del Parque Central Nuevo Samborondón

Fuente: Consultora Persona, 2023

Zona Comercial

Características:

- Piadas comerciales.
- Restaurantes y cafeterías.
- Oficinas y centros de negocios.
- Calles arboladas, aceras peatonales (dimensión: 3 m) y ciclovías (dimensión: 3 m).

Densidad Poblacional:

- Moderada a media densidad.
- Se considera que estos edificios deben ser de 4 a 5 pisos (12 - 15m) para la conservación del paisaje.
- Áreas de estacionamiento para clientes y propietarios.

Zona Industrial

Características:

- Áreas para la manufactura y producción.
- Almacenes y centros logísticos.
- Infraestructuras para la industria ligera.
- Acceso a rutas de transporte para carga.

Densidad de Construcción:

- Se considera que estos edificios deben ser de 4 a 5 pisos (12 - 15m) para la conservación del paisaje.

10

DIAGNÓSTICO

Regulaciones Ambientales:

- Cumplimiento de normativas ambientales.
- Estrategias de gestión de residuos.
- Diseño industrial sostenible.

Zona Recreacional

Características:

- Parque central y espacios abiertos para actividades recreativas.
- Actividades acuáticas.
- Instalaciones deportivas (canchas, pistas para correr, etc.).
- Zona de entretenimiento nocturna.
- Piada gastronómica.
- Centros culturales y de entretenimiento.

Figura 5
Directrices de espacios abiertos y áreas verdes

Diseño sostenible:

- Uso de tecnologías verdes.
- Áreas con vegetación nativa.
- Senderos peatonales y ciclovías.

Consideraciones Transversales

Sostenibilidad:

- Estrategias para la gestión del agua y la energía.
- Uso de tecnologías verdes en todas las zonas.

11

DIAGNÓSTICO

Conectividad:

- Red de transporte eficiente que conecta todas las zonas.
- Acceso fácil a través de carreteras y transporte público.

Planificación Integral:

- Coordinación entre las diferentes zonas para fomentar la armonía urbana.
- Participación comunitaria en la planificación y desarrollo.

Caracterización económica: Indicadores Económicos del Territorio (población y empleo)

Población

Al no encontrarse información confiable sobre indicadores económicos (población y empleo) del territorio del Nuevo Samborondón, se procede a brindar información sobre la población del cantón de Samborondón, la cual se muestra a continuación:

Figura 6
Número de población por sexo del Cantón de Samborondón

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Samborondón (2014-2022)

La población del cantón Samborondón es de 67.590, en el cual los hombres tienen un total de 33.502 ocupando un porcentaje de 49%. Por otro lado, las mujeres representan un 51% correspondiente a un total de 34.088, de acuerdo con el censo desarrollado (Instituto nacional de estadística y censos, 2010).

12

DIAGNÓSTICO

Empleo

Se observa la población económicamente activa, donde la mayor parte de la PEA se encuentra en la zona urbana con 19.274 personas dentro de la PEA seguida de la zona rural con 8.409 personas respectivamente. También se observa una tasa de desempleo estimada por zonas donde la mayor tasa se sitúa en las zonas rurales con 0.6% y en la zona urbana el desempleo es de 0.8%.

La figura... se presentan las principales ramas de actividad económica donde existe mayor oferta de la PEA, en el cantón son: Agricultura (23%), Comercio (18%), Construcción (6,7%), Actividades del hogar (5,2%), enseñanza (4,6%) y otros Servicios (6,7%). Donde en las zonas urbanas predomina el comercio y en las zonas rurales predomina la agricultura. Por otro lado, el mercado laboral del cantón demanda 9350 plazas, donde las principales ramas de actividad de empleo son comercio (54,7%), y otras actividades de servicio (7,8%). Es decir, si se considera a manera de estimación que los sectores de actividad económica que se desarrollan en La Puntilla demandan alrededor del 80% de mano de obra es decir cerca de 7483 fuentes de trabajo y el PEA del cantón destinado a este sector es del 17,9% alrededor de 4955 personas, existe un desfase en el mercado laboral de cerca de 2500 puestos de trabajo que son ocupados por trabajadores provenientes de otras ciudades. Cabe mencionar que esta cifra es un estimado, ya que, si se tuviera un registro más exhaustivo la cifra podría aumentar si se toma en cuenta el empleo informal.

Figura 7
Número de personas activas según la actividad económica

Fuente: INEC, 2010

DIAGNÓSTICO

Actividades Económicas del Territorio

La actividad económica del Nuevo Samborondón se centra en la agricultura, ganadería e inmobiliario, así mismo según Yunez (2023). Las actividades económicas que se realizan en el territorio del Nuevo Samborondón y que contribuyen a la generación del producto interno bruto (PIB) y el valor añadido bruto (VAB) son las siguientes:

Agricultura y ganadería

Samborondón es la tierra del arroz de calidad por tradición. El 70 % del territorio es apto para desarrollar el cultivo de la gramínea, por eso su producción es importante en las zonas rurales. El arroz samborondés es de color perfado y de envejecimiento natural. La tierra donde se lo siembra es rica en nutrientes y materia orgánica. Además, se realiza dos veces al año se cosecha en invierno y en verano.

El procesamiento de arroz se realiza en las piladoras asentadas en el cantón, muchas de ellas con alta tecnología.

Figura 8
Agricultura

Fuente: Municipio de Samborondón (2023)

Inmobiliario

Samborondón es el lugar donde todos quieren vivir. Por eso cada año entero 900 y 1.000 familias vienen a residir en el cantón. De hecho, la construcción es una de las principales fuentes de ingresos y genera miles de empleos. La parroquia urbana satélite La Puntilla es muestra del atractivo inmobiliario de Samborondón y del país. Los ingresos tributarios de esta rama de actividad generados en el 2010 son 6.846.587 dólares denotando su importancia dentro del desarrollo económico del cantón. Este sector genera alrededor de 471 fuentes de empleo. Los principales clientes de este sector son público general con un 68% y las empresas privadas con un 32%.

DIAGNÓSTICO

Cabe mencionar que una particularidad de este sector es el registro de la actividad económica, ya que, si bien la actividad se genera en el cantón, el registro del ingreso se realiza en otra localidad fuera del cantón ya sea Guayaquil, Daule o Durán. Este sector ha crecido en los últimos 5 años por el desarrollo urbanístico en la zona de La Puntilla, además hay mayor interés de los empresarios con oficinas cerca de sus hogares.

Figura 9
Inmobiliario

Fuente: Municipio de Samborondón (2023)

Suministro de agua y electricidad

Los servicios básicos de agua y luz eléctrica son provistos a la población por medio de empresas públicas: AMAGUA y CNEL.

Transporte

Actualmente se puede entrar al Nuevo Samborondón a través del bus Panorama, que tiene como última parada el cuerpo de bombero y después ya los visitantes o residentes tienen opción solo de transportarse por auto propio o taxi.

Enseñanza

Existe 1 establecimiento educativo actualmente como lo podemos apreciar en la siguiente tabla.

Tabla 4
Instituciones primarias y secundarias de Balentea

Institución	Nombre	Particular	Privada/Pública
Primaria y secundaria	Colegio Alemán Humboldt Samborondón	Particular	Particular
	Escuela Fiscal Básica Diez de Septiembre	Fiscal	Pública

Fuente: Municipio de Samborondón (2023)

DIAGNÓSTICO

Situación territorial e infraestructura con relación al turismo en el territorio

Agua Potable

El proveedor es AMAGUA, esta es una empresa mixta, con capitales privado y municipal, y se creó para dar servicio a la parroquia satélite La Puntilla, que comercializa el servicio de distribución de agua, que adquiere a la empresa INTERAGUA, la concesionaria del servicio para Guayaquil, por lo que se puede decir que es agua potable.

Salud Pública

Cuenta con un Sub- Centro de Salud cercano que es el del Bujo, localizado dentro de la zona definida como límite urbano de La Puntilla, el cual presta sus servicios básicamente a la población del recinto Bujo Histórico, pero además a otros poblados aledaños, algunos de ellos fuera del cantón Samborondón. Mientras que el área determinada dentro del límite del recinto que comprende el presente diagnóstico alcanza una población de 600 habitantes aproximadamente, se calcula que su servicio alcanza un número superior a los 1.000 habitantes. En cuanto al radio de cobertura, se puede decir que cubre toda el área del recinto amanzonado y otros poblados cercanos pertenecientes a las jurisdicciones del cantón Salitre y Daule, superando largamente la distancia normativa.

El único establecimiento de salud con internación en el cantón es el Hospital Santiago, de propiedad privada, ubicado en el sector de La Puntilla el cual, podría dar servicio solamente de emergencia a los casos de hospitalización que requiera la población cantonal.

Energía

La Corporación Nacional de Electricidad CNEL por medio de su Regional Guayas Los Rios, abastece de energía eléctrica al cantón Samborondón a través de la energía que suministra el Sistema Nacional Interconectado por medio de la línea de transmisión Milagro - Dos Cerritos la que tiene un circuito de 42,87 Km de longitud atravesando el cantón por la parte sureste, la cual llega a la Subestación Dos Cerritos de 100/132/165 MVA, 230/69/13,8 kV, instalado en la vía a Puntilla - Salitre, la cual suministra de energía eléctrica no solo a este cantón sino también al cantón Durán, y parte aledaña del cantón Daule.

DIAGNÓSTICO

Situación territorial e infraestructura con relación al turismo en el territorio

Telefonía y Telecomunicaciones

Dentro de la zona, el servicio de telefonía fija se ve vinculado por la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, y la telefonía móvil es proporcionada por tres empresas de este servicio: CNT, TV Cable y Claro.

Alcantarillado

La evacuación de los residuos sanitarios de las viviendas es depende cada una de las zonas. En el caso de La Puntilla, la mayoría de las urbanizaciones desarrolladas en esta área han diseñado su propio sistema sanitario individual e independiente, le corresponde a la empresa ejercer el control de funcionamiento y operación de las plantas de tratamiento de cada urbanización.

Equipamiento de Seguridad Civil

Unidad de Policía Municipal "San Nicolas"

Es una unidad de policía municipal quienes se encargan de vigilar el recinto San Nicolas y cabe mencionar que se encuentra al lado del UPC.

Gestión de Residuos Sólidos

El proceso de manejo, transportación y disposición final de los Residuos Sólidos Urbanos (RSU) y Residuos Sólidos Plásticos (RSP), así como su tratamiento está a cargo de la Municipalidad de Samborombón. El servicio de recolección de residuos se lo realiza a través de camos recolectores y en camiones particulares que se hayan a la disposición de dicha labor, recolección que se hace a la Parroquia Urbano Satelital "La Puntilla". En las vistas de campo, se observó que poblaciones de los sectores marginales y de varios recintos queman basura en sus portales o se lanzan a orillas de los esteros y rios, lo que genera un gran impacto ambiental a los caudales hídricos.

17

DIAGNÓSTICO

Figura 10



UPC de Ciudad Celeste Samborombón

En Ciudad Celeste, las Unidades de Policía Comunitaria (UPC) son fundamentales en el nuevo modelo de gestión de la Policía Nacional, donde permite acercarse y cuidar a la ciudadanía.

Figura 11



Recursos territoriales y Atractivos turísticos

Recursos Naturales

Recursos Naturales Tangibles

Rio Babahoyo

El río Babahoyo nace de la unión de los rios Catarama y San Pablo en la ciudad de Babahoyo, y toma una dirección general suroeste a través de una rica región agrícola, con las localidades de Pimocha, Samborombón y Tarija.

En tiempos de crecida era de lo más normal ver embarcaciones navegar a diario ya sea por comercio, necesidad y por turismo. Este es uno de los puntos que desea rescatar el cantón, el río Babahoyo y convertirlo en un gran medio de comunicación interprovincial como lo fue antes.

Aún es muy importante como vía de acceso fluvial de las provincias del Guayas y Los Rios. Provee a los habitantes de sus riberas de una gran riqueza pesquera.

Entre las principales especies presentes en el río están: la tilapia, vieja azul, guanchiche, dica, bagre ciego, chome, barbudo y bocachico.

18

DIAGNÓSTICO

Figura 12
Río Babahoyo



Fuente: Autoría propia (2023)

Recursos Culturales

Recursos Culturales Intangibles

Fiestas Santa Ana, San Joaquín y San Nicolás

Son fiestas que se realizan el 17 de julio como conmemoración de los patronos de los antepasados, ya que representan la guía que necesita el cantón Samborombón en conjunto con sus residentes y visitantes que también son parte de la fiesta.

Figura 13
Fiestas Santa Ana, San Joaquín y San Nicolás



Fuente: Municipio de Samborombón (2023)

Figura 14
Fiestas de fundación de Samborombón



Fuente: Municipio de Samborombón (2023)

Figura 15
Fiestas de fundación de Samborombón



Fuente: Municipio de Samborombón (2023)

DIAGNÓSTICO

Realidad turística existente vs la futura

Tabla 5
Realidad actual entorno al turismo del Nuevo Samborombón

Actual	
Servicios Turísticos	
Alojamiento	Ninguno
Restauración	Ninguno
Intermediación	Ninguno
Esporcimiento	Country Club Guayaquil (Club de golf e hipódromo) *El establecimiento es privado, con acceso sólo a socios.
Infraestructura y equipamiento turístico	
Transporte	Ninguno
Comunicaciones	Ninguno
Salud	Ninguno
Educación	Colegio Alemán Humbolt
Servicios básicos	
Agua	Agua
Energía	Energía
Alcantarillado	Alcantarillado
Residuos sólidos	Residuos sólidos
Comunicaciones	Telefonía fija
Salud	Centro de salud (muy cerca del Nuevo Samborombón)
Recursos Turísticos	
Recurso Natural Tangible	Río Babahoyo
Recurso Cultural Tangible	Monumento
Recurso Cultural Intangible	Iglesia
Recurso Cultural Intangible	Fiesta de los patronales (San Nicolás, Santa Ana y San Joaquín)
Recurso Cultural Intangible	Fiesta de independencia del Nuevo Samborombón

Fuente: Municipio de Samborombón (2023)

DIAGNÓSTICO

Oferta turística existente vs la futura

Tabla 6
Realidad futura entorno al turismo del Nuevo Samborombón

Futura	
Servicios Turísticos	
Alojamiento	Hoteles Hoteles/ apartamentos
Restauración	Cafeterías Restaurantes Bares
Intermediación	Agencias de viajes Parques
Esporcimiento	Museo Zona de ocio nocturno Country Club Guayaquil (Club de golf e hipódromo) *El establecimiento es privado, con acceso sólo a socios.
Infraestructura y equipamiento turístico	
Transporte	Terrazte (público y privado) Flotas
Comunicaciones	Internet público
Salud	Hospitales
Servicios básicos	
Agua	Agua
Energía	Energía
Alcantarillado	Alcantarillado
Residuos sólidos	Residuos sólidos
Comunicaciones	Telefonía fija
Salud	Centro de salud (muy cerca del Nuevo Samborombón)
Educación	Colegio Alemán Humbolt
Recursos Turísticos	
Recurso Natural Tangible	Parque Natural Río Babahoyo
Recurso Cultural Tangible	Monumento
Recurso Cultural Intangible	Museo Iglesia
Recurso Cultural Intangible	Fiesta de los patronales (San Nicolás, Santa Ana y San Joaquín)
Recurso Cultural Intangible	Fiesta de independencia del Nuevo Samborombón

Fuente: Municipio de Samborombón (2023)





Fuente: EDSA, 2021

DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

Para el respectivo diagnóstico turístico del Nuevo Samborombón se aplicaron herramientas de planificación que nos ayudaron a visualizar actualmente como se encuentra el territorio y también a conocer la perspectiva de los residentes e involucrados en el proyecto.

DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

Identificación y planteamiento de estrategias de actuación con base a la herramienta FODA Descriptivo, Cruzado y Ponderado

A continuación, se detallarán cada una de ellas y sus resultados:

Con base a la investigación secundaria y primaria, además de las observaciones de campo, se identificaron las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que tiene el territorio. Luego, se calificó cada relación FO (Fortalezas y Oportunidades), DO (debilidades y oportunidades), FA (Fortalezas y Amenazas), DA (Debilidades y Amenazas), para plantear las siguientes estrategias de actuación.

FO

- Realizar promoción al territorio del Nuevo Samborombón acerca de los atractivos y/o recursos, infraestructura, gastronomía y calidez mediante redes sociales para posicionarlo en la mente del consumidor como una de las ciudades de Ecuador a visitar.
- Estimular nuevos sitios que generaría beneficio de la localidad, a través del turismo para el crecimiento económico y cultural de la zona.
- Promover localmente al incentivo de interés en el Nuevo Samborombón, mediante el uso de actividades recreativas y dinámicas que atraigan visitantes a la localidad.

FA

- Aprovechamiento de los productos existentes para la creación de nuevos productos en clústeres turísticos que permitan atender demandas de varios segmentos de mercado y perfiles de visitantes potenciales.

DA

- Implementar auditorías de gestión de los recursos que se destinan a la localidad, visualización del MINTUR como ente regulador del cumplimiento de reglamentos durante el establecimiento, avance y verificación de la planta turística del Nuevo Samborombón por parte del GAD de Samborombón.

22

DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

DO

- Realizar plan de innovación y creación de productos y actividades turísticas con el apoyo del GAD Municipal, inversionistas privados, y la academia, con el fin de adaptarlos a las nuevas condiciones del mercado y a las necesidades de los visitantes de tal manera que incremente el flujo de visitantes.
- Crear perfiles en redes sociales oficiales del sitio con la finalidad de impulsar su promoción turística, con la intervención de la comunidad receptora y el Ministerio de Turismo que permita incentivar a los turistas a visitar el Nuevo Samborombón.
- Generar propuesta al GAD Municipal sobre políticas de comunicación entre el sector público y privado de la localidad para la creación del servicio de intermediarios en el Nuevo Samborombón que permita generar programas turísticos con profesionales en el área.
- Realizar estudios para determinar los nuevos productos turísticos en el territorio que respondan a la demanda actual y potencial, con ayuda de la Academia y el GAD para determinar los, tomando como referencia las demás ciudades, pero analizando las diferencias existentes en el Nuevo Samborombón.

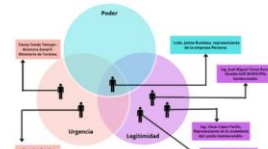
Nivel de influencia de los interesados claves mediante la matriz de involucrados

Se enlistaron a diez actores claves, los cuales son parte importante dentro del proceso y diseño del plan de ordenamiento turístico territorial, para la zona en el cual la matriz los clasifica según el grado de poder, legitimidad y urgencia. En resumen, los Stakeholders que se pudieron clasificar fueron los que se mencionaron a continuación incluyendo su categoría:

DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

- Actor 1: Ledo, Jaime Rumbesa, representante de la empresa Persona. (Definitivo).
- Actor 2: Ing. César López Fariña, Representante de la ciudadanía del cantón Samborombón.
- Actor 5: Ing. José Miguel Yánez Parra, alcalde GAD MUNICIPAL Samborombón.
- Actor 6: Inversionistas del Sector privado.
- Actor 8: Francisco García, presidente de la Cámara de Turismo del Guayas. (Peígraso).
- Actor 10: Fanny Condo Tamayo - directora Zonal 8 - Ministerio de Turismo. (Peígraso).

Figura 16
Matriz de los actores involucrados



Fuente: Autoría propia (2023)

Vocación Turística del Nuevo Samborombón actual

La matriz de vocación turística analiza diversas variables para determinar el grado de idoneidad de un territorio (aptitud territorial) y la propiedad de poder contar con cualidades y aptitudes que permitan el desarrollo turístico en plenitud de un determinado sitio (capacidad), ambas partes determinan el posicionamiento del territorio sobre el nivel de vocación que posee para ejercer actividades turísticas.

23

24

DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

La matriz de vocación turística analiza diversas variables para determinar el grado de idoneidad de un territorio (aptitud territorial) y la propiedad de poder contar con cualidades y aptitudes que permitan el desarrollo turístico en plenitud de un determinado sitio (capacidad), ambas partes determinan el posicionamiento del territorio sobre el nivel de vocación que posee para ejercer actividades turísticas.

La situación de la aptitud del Nuevo Saborandón no es tan limitada en todos los aspectos, por lo que se deben considerar los factores que forman parte de la problemática del territorio y llegar a soluciones. Cabe resaltar que, según la capacidad el Nuevo Saborandón no tiene planificación turística, por ende, carece actualmente de vocación turística, ya que es una zona que está surgiendo.

Figura 17
Matriz de vocación turística del Nuevo Saborandón

Fuente: Elaboración propia tomada de Calle, 2021, con base en Bertini, 2019.

DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

Matriz de Valoración Territorial

Se pudo evidenciar que el territorio presenta aptitud territorial para realizar la actividad turística, ya que presenta adecuados servicios básicos y señalización. Por otro lado, se pueden mejorar o cambiar algunos aspectos como lo son la disponibilidad de recolección de desechos, los problemas sociales, mantener y conservar los recursos del territorio. En cuanto a las vías de acceso se pudo constatar que el territorio presenta algunas vías en deterioro como las de los recintos que son parte del Nuevo Saborandón. Además, de que el territorio cuenta con servicios de transportación públicos y/o privados que lo conectan con otros lugares de manera diaria y permanente. En resumen, el territorio puede implementar mejoras y estrategias para que de esa forma se pueda realizar turismo en la zona.

Figura 18
Matriz de valoración territorial del Nuevo Saborandón

Fuente: Autoría propia tomada de Lic. Numa Sebastián Calle Lituma, Esp. Mg. MBA, PhD (c) y Lic. Ronal Edison Chaca Espinoza, Mg. PhD, 2023.

DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

Percepción de los involucrados sobre el territorio

Se realizaron 4 mapas de empatías a distintos usuarios y pudimos obtener las siguientes percepciones sobre la situación actual del Nuevo Saborandón:

Figura 19
Percepción de los involucrados sobre el territorio.

Lo Negativo

- Consumo de drogas y seguridad esporádica
- Inseguridad que se vive en las viviendas
- Abandono del territorio no trabajo para la comunidad
- Desmoronamiento del suelo de las viviendas
- Inadecuación

Destacar fortalezas

- Que está bien cuenta con el apoyo de los vecinos locales y privados
- El apoyo que Nuevo Saborandón tiene que sus vecinos

Vías de acceso

- La zona presenta algunas en algunas viviendas que son parte del Nuevo Saborandón, lo cual dificulta el acceso a algunas zonas del nuevo Saborandón
- Hay algunas construcciones de paredes y paredes como en algunos lugares de acceso
- El flujo de acceso hacia el colegio Alameda Chiriquí

Otros hallazgos

- Hay un espacio comunitario de una zona para que sea más un espacio de apoyo y conectar sus esfuerzos con mejorar, fortalecer, acciones de desarrollo y apoyo

Fuente: Autoría propia (2023)

Matriz de Percepción de la Localidad con relación al Turismo

Para identificar el nivel de percepción local del turismo de la población del territorio donde se construirá el Nuevo Saborandón, se entrevistó a 10 involucrados territoriales (residentes locales), y según sus respuestas se calificó el valor asignado a la categoría correspondiente, según las respuestas de los entrevistados.

DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

Tabla 7
Matriz de Percepción de la Localidad con relación al Turismo

Categoría	Puntuación por ítem	Puntuación por ítem	Puntuación por ítem	Puntuación por ítem	Puntuación por ítem
Seguridad	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
Seguridad	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
Seguridad	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
Seguridad	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
Seguridad	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
Seguridad	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
Seguridad	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
Seguridad	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
Seguridad	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
Seguridad	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
Total	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00

Fuente: Elaboración propia tomada de Lic. Numa Sebastián Calle Lituma, Esp. Mg. MBA, PhD (c) y Lic. Ronal Edison Chaca Espinoza, Mg. PhD, 2023.

Interpretación

Después de aplicar la matriz con base a las entrevistas de los 10 residentes locales, se identificó lo siguiente:

La categoría dimensión social representa un 56%, su calificación es de 0.11 de 1.67; la percepción local representa un 25% con 0.20 de 1.50 en su valorativa; la percepción económica presenta un 67% con una valoración de 0.13 de 2; y el nivel de organización es del 42% calificado con 0.08 de 1.25. El total de estas categorías resultó que el nivel de percepción es de 0.53. Por lo tanto, se concluye que la percepción de la localidad con relación al Turismo es muy baja, la comunidad no está interesada en participar en Turismo.

Acciones de mejoras por para criterio

Dimensión social

Desarrollar campañas educativas locales que permitan que los residentes conozcan sobre los beneficios del turismo, resaltando los recursos naturales y culturales que posee.

DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

Desarrollar un de reuniones entre la comunidad y las autoridades locales donde se puedan socializar proyectos turísticos, donde la misma comunidad pueda dar opiniones o sugerencias.

Percepción local

- Incentivar la participación de la comunidad en la creación de contenido sobre los recursos que tendría el territorio, permitiendo que los residentes compartan sus experiencias y conocimientos sobre estos mismos.
- Analizar los cambios de comportamiento en la comunidad local acerca de las actividades turísticas.
- Involucrar a la comunidad en la creación de eventos y actividades que impulsen la cultura local y a su vez promuevan la interacción positiva con los visitantes potenciales.
- Capacitar a líderes comunitarios y personal de servicios turísticos en técnicas de gestión de relación con el visitante potencial para cubrir sus necesidades y mejorar su experiencia en el territorio.

Percepción económica

Promover la económica circular del turismo a través de actividades de agroturismo. Diversificar la oferta turística. Desarrollar programas que incentiven el emprendimiento local orientados a la prestación de servicios turísticos tales como, restauración, alojamiento, entre otros.

Nivel de organización

- Crear procesos de selección transparentes y accesibles para involucrar a nuevos líderes comunitarios y de esa forma evitar la centralización de poder que existe actualmente en el territorio.
- Organizar encuentros periódicos entre líderes sociales y autoridades gubernamentales para fomentar el intercambio de ideas y la colaboración en proyectos de interés común en el ámbito turístico.



PERFIL VISITANTE POTENCIAL



Mediante un análisis de datos obtenidos a través de una encuesta mediante un número de preguntas pertinentes para el proyecto, pues se pudieron determinar algunos perfiles de visitantes potenciales para el Nuevo Samborondón.



PERFIL VISITANTE POTENCIAL

Se identifican perfiles de visitantes potenciales basados en los resultados de las encuestas realizadas en Daule, Guayaquil, Durán y Samborondón, lo cual permitirá resaltar las características de los visitantes potenciales al Nuevo Samborondón.

El perfil de visitante potencial son hombres y mujeres con edades de 20 a 30 años, solteros y sin hijos, provenientes de Guayaquil y trabajan, por ende, su nivel socioeconómico es de medio con un 79 %. Les gustaría visitar el Nuevo Samborondón, ya que no han podido escuchar de esta nueva zona y les genera curiosidad conocerlo. Cuando ya lo puedan visitar les gustaría hacerlo con su familia y los motiva el hecho de poder realizar actividades que les ayuden a disminuir el estrés, reconectarse con la naturaleza, pasar un momento agradable con la familia. Las actividades turísticas que prefieren son recreativas, gastronómicas, culturales y naturales. Además, de que lo visitarían con vehículo propio, buscan lugares que les brinden seguridad, prefieren establecimientos de alojamientos tipo hoteles tipo apartamentos, restaurantes familiares y cafeterías donde puedan coleccionar recuerdos.

Resultados destacados de las encuestas:

Figura 20
Visitantes potenciales del Nuevo Samborondón

Visitantes potenciales



Fuente: Autoría propia, 2022

PERFIL VISITANTE POTENCIAL

Tabla 8
Segmento de Interés de Familias con Hijos

Segmento de Interés de Familias con Hijos	
Demográfica	<ul style="list-style-type: none"> Grupo de personas que conforman una familia. Trabajo. Tamaño de la familia: Compuesto por padre, madre y los hijos que pueden ser de 2 a 4 miembros. Estado civil: Casados o en unión libre. Sexo: Hombres y Mujeres. Etnia: Entre 30 años. Nivel económico: Medio. Educación: Primaria, secundaria y en algunos casos superior.
Geográfica	<ul style="list-style-type: none"> Quetzalil. Dulce. Durán.
Estilo de vida	<ul style="list-style-type: none"> Preocupan la calidad del tiempo en familia y el arraigamiento de sus hijos. Buscar equilibrar sus responsabilidades laborales y familiares, con énfasis en experiencias significativas.
Psicográfica	<p>Personalidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> Padres atentos y comprensivos, interesados en crear recuerdos familiares duraderos. Dichosos de la planificación cuidadosa y la organización para asegurar experiencias nuevas. <p>Interés:</p> <ul style="list-style-type: none"> Buscar lugares que ofrezcan actividades adecuadas para todas las edades, como parques temáticos, museos interactivos y actividades al aire libre. Valorar la educación y el aprendizaje a través de experiencias educativas y lugares históricos.
Ocasión de compra	<ul style="list-style-type: none"> Planifican sus visitas a nuevos lugares con antelación, periodo de tiempo libre, fechas especiales. Realizan investigaciones exhaustivas para encontrar opciones familiares adecuadas.
Beneficios buscados	<ul style="list-style-type: none"> Prezcan la seguridad y la comodidad para todos los etapas de la visita.
Conductual	<ul style="list-style-type: none"> Buscar experiencias que fomenten el aprendizaje y la diversión en familia. Valorar las ofertas y promociones que permitan una visita amigable y entretenida. Buscar experiencias que fomenten el aprendizaje y la diversión en familia. Valorar las ofertas y promociones que permitan una visita amigable y entretenida.
Motivo principal del viaje	<ul style="list-style-type: none"> Ocio. Recreación. Escape de la rutina. Compromiso familiar.
Nuevos tipos de turistas de Plog (2009)	<p>Tradicionales</p> <ul style="list-style-type: none"> Prezcan la seguridad y la facilidad en sus visitas, buscando lugares y actividades que sean apropiados para todos los etapas de sus hijos. Buscar comodidad y experiencias familiares conocidas.

Fuente: Autoría propia, 2023.

21

PERFIL VISITANTE POTENCIAL

Tabla 9
Segmento de Interés de SINGLE

Segmento de Interés de SINGLE	
Demográfica	<ul style="list-style-type: none"> Hombres y mujeres adultos de 20-30 años. Estado civil: Solteros. Ocupación: Trabajadores. Nivel económico: Medio. Educación: Primaria, secundaria y en algunos casos superior.
Geográfica	<ul style="list-style-type: none"> Quetzalil. Dulce. Durán.
Estilo de vida	<ul style="list-style-type: none"> Comprometidos con el crecimiento profesional y el éxito empresarial. Buscan equilibrar sus responsabilidades laborales con momentos de diversión y pasar momentos en lugares nuevos con sus amigos o conocidos.
Psicográfica	<p>Personalidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> Son personas divertidas, aventureras que buscan experiencias nuevas. Pueden variar en términos de extroversión e interés por las experiencias culturales. <p>Interés:</p> <ul style="list-style-type: none"> Interesados en lugares que les ofrezcan diversión nocturna, actividades que les permita salir de su zona de confort.
Ocasión de compra	<ul style="list-style-type: none"> Las decisiones de visita pueden ser por diversión y relajación. Preferen organizar todo el mismo día, ya que les gusta la aventura y experimentar conociendo nuevos lugares.
Beneficios buscados	<ul style="list-style-type: none"> Prezcan la comodidad, la eficiencia y la accesibilidad a instalaciones de diversión nocturna.
Motivo principal del viaje	<ul style="list-style-type: none"> Diversión. Recreación. Ocio. Entretimiento.
Nuevos tipos de turistas de Plog (2009)	<p>Explorador</p> <ul style="list-style-type: none"> Quiere encontrar su propia experiencia y participe activamente en la elección del lugar que desea visitar. Además, de los servicios que quiere consumir y las actividades que desea realizar.

Fuente: Autoría propia, 2023.

22

PERFIL VISITANTE POTENCIAL

Tabla 10
Segmento de Interés de Adultos mayores

Segmento de Interés de Adultos Mayores	
Demográfica	<ul style="list-style-type: none"> Hombres y mujeres adultos entre 42- 62 años. Estado civil: Casados o en unión libre. Ocupación: Trabajadores. Nivel económico: Medio. Educación: Primaria, secundaria y en algunos casos superior.
Geográfica	<ul style="list-style-type: none"> Quetzalil. Dulce. Durán.
Estilo de vida	<ul style="list-style-type: none"> Centrados en su salud y bienestar físico y mental. Buscan soluciones médicas efectivas y eficientes para sus necesidades.
Psicográfica	<p>Personalidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> Son pragmáticos y toman decisiones informadas en cuanto a su salud. Pueden ser tanto extrovertidos como introvertidos según su personalidad. <p>Interés:</p> <ul style="list-style-type: none"> Buscar lugares que ofrezcan actividades adecuadas para todas las edades, como parques tranquilos que los ayuden a conectar con la naturaleza y actividades más pacíficas que les ayuden a mantener un equilibrio con su salud. Valorar actividades de bienestar que les ayuden a recuperarse y mantenerse en equilibrio.
Ocasión de compra	<ul style="list-style-type: none"> Planifican sus visitas a nuevos lugares para salir de la rutina y relajarse en sus tiempos libres.
Beneficios buscados	<ul style="list-style-type: none"> Prezcan la seguridad y la comodidad para todas las etapas de la visita.
Motivo principal del viaje	<ul style="list-style-type: none"> Bienestar. Salud. Relajación. Escape de rutina.
Nuevos tipos de turistas de Plog (2009)	<p>Voyager</p> <ul style="list-style-type: none"> Preferen lugares pequeños, alejados del ruido. Se enfocan en encontrar servicios y comodidades que les ayuden a satisfacer estas necesidades de manera eficiente. Valoran las actividades de bienestar y recuperación durante su estadía.

Fuente: Autoría propia, 2023.

23



Fuente: Bing, 2023.



ZONIFICACIÓN

El Nuevo Samborondón es un polígono territorial compuesto de 2.300 hectáreas, que se dividirán en zonas residenciales, industriales, comerciales y recreacionales.



ZONIFICACIÓN

Identificación de zonas

Figura 21
Zonificación por zonas del Nuevo Samborondón



Se realizó una división de cada una de las zonas turísticas que se desean que tenga el territorio y que a su vez pueda cubrir las necesidades de los residentes y visitantes potenciales.

Esta zonificación se hizo mediante criterios especificados por la empresa "EDSA" quien fue la encargada de la creación del proyecto en conjunto con los sectores involucrados.

Zona 1: Área recreacional (Parque Central)

Son áreas ubicadas en zonas urbanas o de expansión urbana destinadas a actividades recreativas. El objetivo de su creación sería recuperar la vegetación nativa y la vida silvestre que existía en esta zona, y brindar un espacio de recreación familiar. Además, de que brindará: salud, movimiento, recreación y deporte. El parque tendrá ciclovías y recorridos exclusivos para caminatas y trotes, lo que permitirá una integración armónica entre sus potenciales visitantes y la naturaleza, que podrán hacer ejercicios físicos, picnic, conocer un poco de la cultura e identidad a través del museo y gozar de canchas deportivas en una extensión.

ZONIFICACIÓN

Zona 2: Restauración (Plaza gastronómica)

Según el reglamento de turismo en el Art.43 Define las actividades turísticas en las cuales se especifica que "Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento".

Zona 3: Residencial

Son áreas urbanas para uso de vivienda, pudiendo tolerar otros usos compatibles. Pueden ser: Zona de Densidad Alta, Zona de Densidad Media, y Zona de Densidad Baja.

Zona 4: Industrial

Son las áreas urbanas destinadas predominantemente a la ubicación y funcionamiento de establecimientos de transformación de productos. Puede ser: Zona de Industria Pesada, Zona de Gran Industria, Zona de Industria Liviana, y Zona de Industria Elemental. En este caso, sería solo una zona de industria liviana por todo lo que impulsará el proyecto con adecuado manejo del ecosistema.

Zona 5: Institucional

Para Educación la zonificación consigna: Educación Básica, Educación Superior Tecnológica, Educación Superior Universitaria y Educación Superior Post Grado.

Zona 6: Comercial

Son las áreas urbanas destinadas a la ubicación y funcionamiento de establecimientos de compraventa de productos y servicios.

34

ZONIFICACIÓN

Zona 7: Esparcimiento

Según el reglamento de turismo en el Art.43 Define las actividades turísticas en las cuales se especifica que "Casinos, salas de juego (bingo - mecánicas), hipódromos y parques de atracciones estables. Serán consideradas salas de juego (bingo-mecánicas) los establecimientos abiertos al público, en los cuales, previa autorización expresa del organismo oficial de turismo, se organice de manera permanente y con fines de lucro".

Zona 8: Río Babahoyo

La zona del río Babahoyo está destinada para brindar diversas actividades turísticas, como: realizar kayak en donde se podrá disfrutar del Turismo de deporte y también paseos en lanchas que permitirán conocer sobre la cultura y actividad económica de la comunidad local.

Zona 9: Alojamiento

Según el reglamento de turismo en el Art.43 Define las actividades turísticas en las cuales se especifica que "el alojamiento turístico es el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje. Estos pueden clasificarse en hoteles, casa de huéspedes, hostales, entre otros".

Zona 10: Salud

Para Salud la zonificación consigna: Posta Médica, Centro de Salud, Hospital General y Hospital Especializado. Estas zonas se regirán por los parámetros correspondientes a la zonificación residencial o comercial predominante en su entorno.

35

ZONIFICACIÓN


Zona 11: Usos Especiales

Son áreas urbanas destinadas fundamentalmente a la habilitación y funcionamiento de instalaciones de usos especiales no clasificados anteriormente, tales como: Centros cívicos, dependencias administrativas del Estado, culturales, terminales terrestres, ferroviarios, marítimos, aéreos, establecimientos institucionales representativos del sector privado, nacional o extranjero, establecimientos religiosos, asilos, orfanatos, grandes complejos deportivos y de espectáculos, estadios, coliseos, zoológicos, establecimientos de seguridad y de las fuerzas armadas; y Servicios Públicos como instalaciones de producción y/o almacenamiento de energía eléctrica, gas, telefonía, comunicaciones, agua potable y de tratamiento sanitario de aguas servidas. Estas zonas se regirán por los parámetros correspondientes a la zonificación residencial o comercial predominante en su entorno.

Zonificación de usos y aprovechamiento turístico

Zona 1: Área Recreacional "Parque Central"

Figura 22
Área Recreacional "Parque Central" según la modalidad de turismo



Fuente: Autoría propia, 2022.

36

ZONIFICACIÓN

Tabla 11
Requerimientos según la actividad turística realizada por zonas.

Zona 1 según el tipo de turismo	
Turismo de ocio y recreación: es aquí que se realiza con el objetivo de descansar, relajarse y disfrutar de actividades recreativas.	<p>¿Quién puede hacer este tipo de actividad? Público en general.</p> <p>Requerimientos para realizar este tipo de actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuidar. • No hacer barreras. • Siempre realizar las actividades con responsabilidad. • Difundir valores deportivos.
Establecimiento actividad turística basado en la naturaleza en la que el visitante realiza o aprende, descubre, experimenta y aprecia la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local.	<p>¿Quién puede hacer este tipo de actividad? Público en general.</p> <p>Requerimientos para realizar este tipo de actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Al hacer movimiento de aves, se fundamental respetar el espacio de las aves y no interferir en su hábitat natural. Para ello, se recomienda mantenerse al mínimo y no permitir a las aves para conseguir una mejor observación. También, se deben evitar las zonas en las que las aves están anidando o alimentando a sus crías. • Turismo Otro apoyo importante del turismo responsable es el respeto por la comunidad local. Al visitar una zona para hacer movimiento de aves, se debe ser consciente de que esta actividad puede afectar a la vida cotidiana de las personas que viven allí. Es importante ser respetuosos y seguir las normas locales, así como apoyar a las empresas locales y comprar productos de la zona.
Turismo deportivo: actividad turística que se refiere a la experiencia vivida del turista que o bien observa como espectador o participa activamente en un evento deportivo que puede implicar actividades comerciales y no comerciales competitivas.	<p>¿Quién puede hacer este tipo de actividad? Público en general.</p> <p>Requerimientos para realizar este tipo de actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se invita grupo de 10 personas por cada paseo con el guía para realizar la actividad. • No se pueden salir de los caminos, ya que se debe cuidar por los senderos autorizados y no se usar otros. • Solo se permite salir al día para que la fauna y la flora no se vean afectadas. • No se pueden hacer fuego, ni usar barreras. • Se recomienda llevar ropa cómoda deportiva, calzado adecuado para la caminata y un termo de agua.
Turismo senderista	<p>¿Quién puede hacer este tipo de actividad? Público en general.</p> <p>Requerimientos para realizar este tipo de actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se invita grupo de 10 personas por cada paseo con el guía para realizar la actividad. • No se pueden salir de los caminos, ya que se debe cuidar por los senderos autorizados y no se usar otros. • Solo se permite salir al día para que la fauna y la flora no se vean afectadas. • No se pueden hacer fuego, ni usar barreras. • Se recomienda llevar ropa cómoda deportiva, calzado adecuado para la caminata y un termo de agua.

Fuente: Autoría propia, 2022.

37

ZONIFICACIÓN

Tabla 12
Requerimientos según la actividad turística realizada por zonas.

2. Ocio	<p>¿Qué puede hacer este tipo de actividad? Para todo público, pero es importante mantener un estado de salud adecuado para realizar la actividad.</p> <p>Requerimientos para realizar este tipo de actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> Las personas que utilizan la bicicleta como medio de transporte o para hacer ejercicio físico realizan ciclos turísticos o ciclismo urbano. Se recomienda que por día se hagan grupos de hasta 8 personas. Contar con equipamiento casero, rodilleros, coderas y guantes. Antes de la actividad el guía explicará una charla de instrucción e seguridad. Información sobre el equipamiento y acciones para disminuir el impacto ambiental, si aplica. Ejercicio de simulación previa a la actividad.
3. Kayak	<p>¿Qué puede hacer este tipo de actividad? Se recomienda realizar esta actividad en compañía de un guía especializado, si pueden practicar personas que sean mayores de 12 años.</p> <p>Requerimientos para realizar este tipo de actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> Tarifa en días consecutivos de salida y llegada, no se requieren permisos para viajar en canoa a kayak, compra y cuidado la actividad en medio acuático. Equipos de seguridad. Realizar charla previa para explicar la actividad. Realizar antes la charla dirigida por el guía asignado. <p>Talleres culturales: El taller cultural es un tipo de actividad turística en la que se exhiben aspectos del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos turísticos culturales, naturales e históricos de un destino turístico. Entre atractivos/turísticos se refieren a un conjunto de alimentos, materiales, manufacturas, espejados y monumentos diferentes de una sociedad que incluye las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio gastronómico, la literatura, la música, las técnicas manuales y un cultura vivas con sus formas de vida, valores de valores, creencias y tradiciones.</p>
Museo de artes plásticas	<p>¿Qué puede hacer este tipo de actividad? Público en general.</p> <p>Requerimientos para realizar este tipo de actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> Grupos hasta de 7 personas por guía en la visita. No se permite el acceso con mascotas a todos los parques. No se fuman los cigarrillos que se exponen en el museo. No se permite el consumo de alimentos dentro del museo. Si se le presentan dudas durante el recorrido se preguntará consultar con el guía.
2. Eventos y actividades culturales	<p>¿Qué puede hacer este tipo de actividad? Público en general.</p> <p>Requerimientos para realizar este tipo de actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> Se permite el acceso de personas según la construcción de espacios de lugar del evento.

Fuente: Autoría propia, 2023.


ZONIFICACIÓN

Zona 2: Restauración (Plaza gastronómica)

Se consideran los sitios que agrupan diversos establecimientos turísticos de alimentos y bebidas y que no están dentro de un centro comercial.

- Restaurantes familiares: Según el Art. 14 del reglamento de Alimentos y bebidas se define a los restaurantes como "establecimiento donde se elaboran y/o expendien alimentos preparados. En estos establecimientos se puede comercializar bebidas alcohólicas y no alcohólicas. También podrá ofertar servicios de cafetería y, dependiendo de la categoría, podrá disponer de servicio de autoservicio".
- Cafeterías: Según el Art. 14 del reglamento de Alimentos y bebidas se define a las cafeterías como "establecimiento donde se elaboran, expendien y/o sirven alimentos de elaboración rápida o precocinada, pudiendo ser fríos y/o calientes que requieran poca preparación, así como el expendio de bebidas alcohólicas y no alcohólicas".
- Restaurantes de comida rápida.
- Restaurantes de especialidades (mariscos, aves, etc.)
- Bares: Según el Art. 14 del reglamento de Alimentos y bebidas se define a los bares como "establecimiento donde se consumen bebidas alcohólicas y no alcohólicas, alimentos ligeros como bocadillos, picadas, sándwich, entre otros similares, cuya estructura debe tener una barra o mostrador donde se servirán las bebidas y todo aquello que ordenen los consumidores, para el consumo dentro del establecimiento. No podrá contar con área de baile".

Figura 23
Plaza gastronómica (ejemplo)



Fuente: Autoría propia basado en Bing, 2024.

ZONIFICACIÓN

Zona 3: Alojamiento

- Hoteles (H): Según el Art. 12 del reglamento de Alojamiento turístico se define a los hoteles como "establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo, cuenta con el servicio de alimentos y bebidas en un área definida como restaurante o cafetería, según su categoría, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con mínimo de 5 habitaciones".

Importante:

- Ocupar la totalidad de un edificio o parte de este, siempre que ésta sea completamente independiente, debiendo constituir sus dependencias un todo homogéneo, con entradas, escaleras y ascensores de uso exclusivo;
- Facilitar al público tanto el servicio de alojamiento como de comidas, a excepción de los hoteles residencias y hoteles apartamentos; y,
- Disponer de un mínimo de treinta habitaciones.

- Hoteles tipo departamentos (HA): Según el Art. 12 del reglamento de Alojamiento turístico se define a los hoteles como "para el servicio de hotel apartamento se deberá ofrecer el servicio de hospedaje en apartamentos que integren una unidad para este uso exclusivo. Cada apartamento debe estar compuesto con mínimo de los siguientes ambientes: dormitorio, baño, sala de estar integrada con comedor y cocina equipada. Facilita la renta y ocupación de estancias largas".

Importante:

- Funcionar en edificios instalados para prestar esta clase de servicios;
- Cobrar la tarifa por alojamiento por meses, semanas o días, y,
- Incluir en la tarifa por alojamiento la limpieza, una vez al día del apartamento, sus instalaciones y enseres, excluidos los de cocina.

- Clasificación del establecimiento de alojamiento turístico: Hotel (2 estrellas a 5 estrellas) y Hotel Apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas).

ZONIFICACIÓN

Zona 3: Río Babahoya

- Deportes (Kayak)
- Paseo de rutas (sobre la actividad agrícola de los residentes de los poblados)

Zona 4: Esparcimiento

- Discotecas: Según el Art. 14 del reglamento de Alimentos y bebidas se define a las discotecas como "establecimiento para escuchar música grabada y/o en vivo, bailar y consumir bebidas alcohólicas y no alcohólicas, que cuenta con pista de baile".
- Campo de golf
- Hípódromo

Servicios complementarios

- Lugares pet friendly
- Transporte público
- Internet público
- Tachos de basura (plásticos, papel y orgánicos)
- Cajeros automáticos
- UPC
- Cuerpo de bomberos
- Facilidades para personas con movilidad reducida (barandas, rampas que ayuden a que el ingreso en ciertos lugares sea favorable para ellos, que los establecimientos tengan sillas de ruedas a disposición de los clientes).

Facilidades turísticas

- Señalética turística
- Centro de información
- Estaciones de sombra y descanso
- Estaciones de Carga con Energía Solar
- Baterías sanitarias
- Parques
- Garita de guardia



EDUCACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN CASOS COMPARABLES SUGERENCIAS Y ESTRATEGIAS

SUGERENCIAS Y CASOS

Sugerencias de espacios turísticos

Sugerencia 1: Implementación de facilidades turísticas

1. Crear un centro de interpretación turística para visitantes potenciales mediante la capacitación constante y actualizada de los guías.
2. Delimitar zonas exclusivas para la realización de actividades como picnic y descanso, designando su propio comité de administración, gestión y mantenimiento.
3. Establecer un punto de información turística que permita la difusión de información de carácter turístico de la ciudad y los alrededores del Nuevo Saborondón.

Sugerencia 2: Mantenimiento y creación de atractivos y recursos naturales

1. Regular el uso de plásticos en de un solo uso en el área para prevenir la contaminación del río.
2. Promover "La hora del río", similar a la hora de la tierra, para extender los plazos de descontaminación del río aun en horas de funcionamiento del destino.

Sugerencia 3: Mejora de las relaciones entre clientes y prestadores de servicios

1. Talleres de capacitación de gestión y calidad del servicio en actividades turísticas.

Sugerencia 4: Zonificación del Nuevo Saborondón.

1. Diseño de cartografía para asignar actividades posibles a realizar en el Nuevo Saborondón.

SUGERENCIAS Y CASOS

Sugerencia 5: Desarrollar la planificación turística

1. Establecimiento de mesas técnicas en las cuales se asignen roles y responsabilidades mediante zonas de interés y/o nivel de injerencia de los stakeholders.

Casos que sirven como ejemplo para el Nuevo Saborondón

A continuación, se presentan tres casos de proyectos similares al Nuevo Saborondón:

1. Santa Maria de Panamá (<https://www.santamariapanama.com/>).

Figura 24
Proyecto Santa Maria de Panamá

Fuente: Google, 2024.

SUGERENCIAS Y CASOS

2. Songdo International Business District - Incheon, Corea del Sur (<http://songdo.com/live/>)

Figura 25
Proyecto Songdo International Business District



Fuente: Google, 2024.

3. CityLife de Milán, Italia (<https://es.wikiarquitectura.com/edificio/progetto-citylife/>)

Figura 26
Proyecto CityLife Milán



Fuente: Google, 2024.

EDUCACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN

Propuestas de educación y sensibilización

Programas de concientización ambiental

Los programas que se desarrollarán en el PDOT abarcarán en el área donde los residentes y visitantes potenciales podrán tomar medidas de corrección en cuenta a la concientización ambiental del territorio en estudio. Estos programas son parte de lo que se ha podido identificar en las visitas de campo, además de que aportarán a que el territorio tenga más oportunidades para el desarrollo de la actividad turística responsable con el ambiente.

Tabla 13
Programas de concientización ambiental.

Objetivo	Acciones propuestas	Programas	Responsables
Mejorar la condición de vida de los residentes y visitantes potenciales en el Nuevo Sumborondón	Desarrollar adecuadamente el manejo de los desechos sólidos en cuanto a la recolección en todo el territorio incluido los residuos orgánicos.	Cesión de los derechos sólidos en el Nuevo Sumborondón.	GAD municipal - Municipio de ambiente
Impulsar la productividad de las actividades de agricultura del Nuevo Sumborondón, dentro del marco del desarrollo sostenible.	Ejecutar un sistema de producción sostenible.	Desarrollo sostenible.	GAD municipal - Residencias
Concientizar a los residentes y visitantes potenciales acerca de la importancia de la sostenibilidad y permitir el adecuado uso de estos.	Crear vías alternativas que permitan el acceso a estos espacios verdes turísticos.	Vías de acceso a las espacios verdes turísticos.	GAD municipal - Inversionistas del sector privado.
Mejorar el manejo de los recursos naturales (por ejemplo, Bosque) que permitan la realización de las actividades turísticas.	Manejo adecuado de los recursos naturales.	Recursos naturales.	GAD municipal - Residentes y visitantes potenciales

Fuente: Autoría propia, 2023

Capacitación para actores turísticos

Las capacitaciones se realizarán a cada actor involucrado en el turismo en el territorio, como prestadores de servicios, agricultores (realicen rutas temáticas), guías turísticos dentro del parque central, entre otros.

EDUCACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN

Tabla 14
Capacitación para actores turísticos.

Actores turísticos	Componentes estructurales	Capacitaciones	Proyección y tiempo
Prestadores de servicios turísticos (alojamiento, restauración, entre otros).	Operatividad	Se realizarán capacitaciones para que los prestadores de servicios tengan mejores destrezas y habilidades necesarias para mejorar la atención al cliente en cuanto al servicio y calidad de lo que se va a ofrecer. Que exista una filosofía organizacional en la organización de cada establecimiento.	Contar con prestadores de servicios capaces de brindar una excelente atención al cliente y de poder gestionar procesos administrativos dentro del establecimiento. (Se realizarán cada 4 meses).
	Seguridad alimentaria	Que el personal de alimentos y bebidas se capacite en el control de recetas por plato, como manejar constantemente los alimentos y así evitar contaminación. En la correcta limpieza y presentación de lo que se presentará al consumidor.	Tener un adecuado manejo de los alimentos y del establecimiento en cuanto a la seguridad alimentaria y también la higiene del personal. (Se realizarán cada 2 meses).
	Sostenibilidad	Que los establecimientos se capaciten en cuanto a buenas prácticas de sostenibilidad, como políticas ambientales, reciclaje y reutilización de algunos materiales.	Crear normas que permitan tener buenas prácticas ambientales dentro de los establecimientos. (Se realizarán cada 2 meses).
Agricultores	Operatividad	Capacitación para que adquieran conocimientos sobre el turismo y como le aportará a su economía local la visita de nuevas personas.	Adquirir conocimiento que aportará a su economía local. (Se realizarán cada 6 meses).

Fuente: Autoría propia, 2023



MARKETING

PRESUPUESTO

Tabla 21
Presupuesto de gastos

GASTOS	
Estudios y diagnósticos iniciales	
Estudio de viabilidad económica y financiera	\$ 200.000,00
Diagnóstico ambiental y social	\$ 60.000,00
Estudio de impacto turístico	\$ 90.000,00
Subtotal	\$ 350.000,00
Planificación y diseño	
Elaboración del plan maestro	\$ 350.000,00
Diseño arquitectónico y urbanístico	\$ 350.000,00
Consultoría de expertos en turismo (12 meses)	\$ 100.000,00
Subtotal	\$ 750.000,00
Promoción y marketing	
Campañas publicitarias y marketing digital	\$ 90.000,00
Material promocional y folletos	\$ 30.000,00
Subtotal	\$ 120.000,00
Monitoreo y evaluación	
Implementación de sistemas de monitoreo	\$ 100.000,00
Evaluación continua del plan	\$ 50.000,00
Subtotal	\$ 150.000,00
Gastos Administrativos	
Contratación de personal administrativo	\$ 80.000,00
Oficina y suministros	\$ 20.000,00
Equipo de cómputo y comunicaciones	\$ 40.000,00
Gastos generales	\$ 30.000,00
Equipo de computo y comunicaciones	\$ 40.000,00
Subtotal	\$ 210.000,00
Mantenimiento y reparaciones	
Construcciones, edificaciones y readecuaciones	\$ 10.000,00
Subtotal	\$ 10.000,00
Contingencias	
Reserva para posibles imprevistos o ajustes en el plan	\$ 500.000,00
Subtotal	\$ 500.000,00
Total	\$ 2.090.000,00

Fuente: Autoría propia, 2023

Para la elaboración del presupuesto de gastos, los valores utilizados son referenciales con base en el precio del mercado 2022 - 2024, es decir, esto es una propuesta general de lo que costaría construir cada zona y está sujeta a cambios.

Para la elaboración del presupuesto de gastos, los valores utilizados son referenciales con base en el precio del mercado 2022 - 2024, es decir, esto es una propuesta general de lo que costaría construir cada zona y está sujeta a cambios.

Se recomienda que el financiamiento de este proyecto sea una combinación de fuentes internas y externas. Por eso, se planteó que el presupuesto esté financiado en un 60% por inversión privada y un 40% por préstamos a instituciones financieras.

De este 40% se evaluaron 5 instituciones financieras, entre las que se consideraron tres bancos nacionales, una corporación y una cooperativa, de tal modo que se pueda elegir de entre algunas opciones, la más viable para la solicitud del préstamo de la gestión del proyecto. Para esto, primero se consultó la tasa de interés de cada institución, luego se procedió a aplicar el plazo para el préstamo, en este caso el tiempo estimado es de 15 años (180 meses), posteriormente se hizo la tabla de amortización de tipo francesa, cuyos resultados se obtuvieron con base en lo siguiente:

Tabla 22
Tabla con simbología para la amortización

Nombre	Simbología	Significado
Pago	= PAGO	Función de Excel
Tasa de interés anual	i	(Depende de cada banco)
Tiempo de frecuencia	f	12 (mensual)
Periodo	T	180 meses
40% de la inversión total inicial	X	\$34.545.600

Fuente: Autoría propia, 2023

PRESUPUESTO

Así, se realizó una tabla de amortización por cada institución financiera donde se obtuvo las más convenientes para este proyecto serían: Corporación Nacional Financiera, Banco Guayaquil y Banco Bolivariano, ya que su cuota nivelada es más baja que las otras y sus tasas de interés.

Tabla 23
Fórmulas para la amortización

Nombre	Fórmula
Cuota	$= PAGO\left(\frac{i}{f}; T; X\right)$
Interés	$= X \cdot \left(\frac{i}{f}\right)$
Amortización	$= Cuota - Interés$
Saldo	$= X - Amortización$

Fuente: Autoría propia, 2023

Así, se realizó una tabla de amortización por cada institución financiera donde se obtuvo las más convenientes para este proyecto serían: Corporación Nacional Financiera, Banco Guayaquil y Banco Bolivariano, ya que su cuota nivelada es más baja que las otras y sus tasas de interés.

Tabla 25
Tabla de amortización francesa del Banco de Guayaquil

Cuotas	TABLA DE AMORTIZACIÓN			
	Interés	Amortización	Costo	Saldo
1	\$281.189,89	\$102.271,79	\$383.461,68	\$ 34.545.600,00
2	\$281.284,72	\$91.187,79	\$372.472,51	\$ 34.463.115,29
3	\$309.260,44	\$81.848,06	\$391.108,50	\$ 34.271.971,47
4	\$259.898,92	\$92.545,58	\$352.444,50	\$ 34.179.527,99
5	\$259.195,12	\$93.247,38	\$352.441,50	\$ 34.086.302,50
6	\$258.491,99	\$93.954,51	\$352.442,50	\$ 33.993.273,98
7	\$257.779,52	\$94.667,00	\$352.442,50	\$ 33.897.707,00
8	\$257.070,81	\$95.384,99	\$352.442,50	\$ 33.802.322,11
9	\$256.344,28	\$96.108,22	\$352.442,50	\$ 33.706.213,88
10	\$255.608,48	\$96.837,58	\$352.442,50	\$ 33.609.376,84
11	\$254.871,11	\$97.571,39	\$352.442,50	\$ 33.511.806,49
12	\$254.131,19	\$98.311,21	\$352.442,50	\$ 33.413.484,14
13	\$253.388,69	\$99.056,84	\$352.442,50	\$ 33.314.427,26
14	\$352.624,48	\$99.809,02	\$352.442,50	\$ 33.214.629,28
15	\$251.871,61	\$100.568,49	\$352.442,50	\$ 33.114.066,99
16	\$251.114,99	\$101.337,51	\$352.442,50	\$ 33.012.738,89
17	\$250.368,79	\$102.106,61	\$352.442,50	\$ 32.910.642,97
18	\$249.627,38	\$102.876,14	\$352.442,50	\$ 32.807.770,83
19	\$248.890,29	\$103.646,24	\$352.442,50	\$ 32.704.125,93
20	\$248.156,25	\$104.416,25	\$352.442,50	\$ 32.599.684,34
21	\$247.424,27	\$105.186,23	\$352.442,50	\$ 32.494.446,11
22	\$246.694,29	\$105.956,24	\$352.442,50	\$ 32.388.429,99
23	\$245.966,13	\$106.726,27	\$352.442,50	\$ 32.281.596,69
24	\$245.239,13	\$107.496,37	\$352.442,50	\$ 32.173.956,29
25	\$244.508,98	\$108.266,64	\$352.442,50	\$ 32.065.502,69
26	\$243.780,40	\$109.037,11	\$352.442,50	\$ 31.956.222,64
27	\$243.048,79	\$109.807,80	\$352.442,50	\$ 31.846.115,74
28	\$242.314,71	\$110.578,79	\$352.442,50	\$ 31.735.175,95
29	\$241.582,39	\$111.349,11	\$352.442,50	\$ 31.623.388,89
30	\$240.852,70	\$112.118,90	\$352.442,50	\$ 31.510.722,94
31	\$239.999,97	\$112.889,93	\$352.442,50	\$ 31.397.271,12
32	\$239.150,81	\$113.661,03	\$352.442,50	\$ 31.283.020,89
33	\$238.298,84	\$114.432,09	\$352.442,50	\$ 31.167.970,94
34	\$237.450,14	\$115.203,38	\$352.442,50	\$ 31.052.121,98
35	\$236.604,81	\$115.974,89	\$352.442,50	\$ 30.935.465,89
36	\$235.762,87	\$116.746,69	\$352.442,50	\$ 30.817.997,50
37	\$234.924,08	\$117.518,82	\$352.442,50	\$ 30.699.695,77
38	\$234.088,57	\$118.291,27	\$352.442,50	\$ 30.580.543,84
39	\$233.255,23	\$120.064,27	\$352.442,50	\$ 30.460.547,27
40	\$232.424,01	\$121.837,49	\$352.442,50	\$ 30.339.777,09

Fuente: Banco Guayaquil (2023)

PRESUPUESTO

Tabla 26
Tabla de amortización francesa del Banco de Guayaquil

TABLA DE AMORTIZACIÓN			
Cuentas	Interés	Amortización	Costo
40	\$220.972.01	\$123.474.49	\$302.442.50
41	\$220.926.86	\$123.398.64	\$302.442.50
42	\$220.123.72	\$123.319.78	\$302.442.50
43	\$220.187.85	\$124.294.95	\$302.442.50
44	\$227.245.28	\$125.197.22	\$302.442.50
45	\$229.298.87	\$126.166.83	\$302.442.50
46	\$225.335.26	\$127.103.41	\$302.442.50
47	\$224.375.39	\$128.087.11	\$302.442.50
48	\$225.424.22	\$129.039.26	\$302.442.50
49	\$220.423.67	\$130.016.83	\$302.442.50
50	\$221.439.71	\$131.020.79	\$302.442.50
51	\$220.448.28	\$131.999.22	\$302.442.50
52	\$220.445.30	\$132.932.87	\$302.442.50
53	\$218.438.74	\$134.009.76	\$302.442.50
54	\$217.420.53	\$135.023.87	\$302.442.50
55	\$216.398.62	\$136.048.88	\$302.442.50
56	\$215.364.83	\$137.077.87	\$302.442.50
57	\$214.325.43	\$138.117.07	\$302.442.50
58	\$213.278.04	\$139.166.46	\$302.442.50
59	\$212.222.71	\$140.215.79	\$302.442.50
60	\$211.159.36	\$141.285.12	\$302.442.50
61	\$210.087.98	\$142.364.62	\$302.442.50
62	\$209.008.46	\$143.454.04	\$302.442.50
63	\$207.920.76	\$144.554.09	\$302.442.50
64	\$206.824.76	\$145.664.31	\$302.442.50
65	\$205.720.81	\$146.784.81	\$302.442.50
66	\$204.609.86	\$147.914.81	\$302.442.50
67	\$203.491.91	\$149.054.81	\$302.442.50
68	\$202.367.25	\$150.205.27	\$302.442.50
69	\$201.237.08	\$151.324.42	\$302.442.50
70	\$200.101.26	\$152.373.26	\$302.442.50
71	\$198.959.83	\$153.422.87	\$302.442.50
72	\$197.812.86	\$154.483.06	\$302.442.50
73	\$196.670.33	\$155.553.63	\$302.442.50
74	\$195.532.26	\$156.634.49	\$302.442.50
75	\$194.398.64	\$157.726.36	\$302.442.50
76	\$193.269.48	\$158.829.84	\$302.442.50
77	\$192.144.79	\$159.944.63	\$302.442.50
78	\$191.024.56	\$161.070.44	\$302.442.50
79	\$189.908.70	\$162.207.87	\$302.442.50
80	\$188.797.21	\$163.356.53	\$302.442.50
81	\$187.690.09	\$164.516.93	\$302.442.50
82	\$186.587.36	\$165.689.67	\$302.442.50
83	\$185.489.01	\$166.875.36	\$302.442.50
84	\$184.395.04	\$168.073.61	\$302.442.50
85	\$183.306.45	\$169.284.02	\$302.442.50
86	\$182.223.24	\$170.507.19	\$302.442.50
87	\$181.145.41	\$171.743.63	\$302.442.50
88	\$180.073.06	\$173.002.95	\$302.442.50
89	\$179.006.29	\$174.285.76	\$302.442.50
90	\$177.945.10	\$175.592.66	\$302.442.50
91	\$176.889.59	\$176.924.25	\$302.442.50
92	\$175.839.66	\$178.280.13	\$302.442.50
93	\$174.795.31	\$179.660.90	\$302.442.50
94	\$173.757.54	\$181.067.17	\$302.442.50
95	\$172.726.35	\$182.499.44	\$302.442.50
96	\$171.701.74	\$183.957.31	\$302.442.50
97	\$170.683.71	\$185.441.38	\$302.442.50
98	\$169.672.26	\$186.951.25	\$302.442.50
99	\$168.667.39	\$188.487.52	\$302.442.50
100	\$167.668.01	\$190.050.79	\$302.442.50
101	\$166.674.22	\$191.641.66	\$302.442.50
102	\$165.686.03	\$193.260.73	\$302.442.50
103	\$164.703.44	\$194.908.70	\$302.442.50
104	\$163.726.45	\$196.585.27	\$302.442.50
105	\$162.755.06	\$198.291.04	\$302.442.50
106	\$161.789.27	\$199.995.51	\$302.442.50
107	\$160.829.08	\$201.708.38	\$302.442.50
108	\$159.874.49	\$203.429.25	\$302.442.50
109	\$158.925.50	\$205.157.82	\$302.442.50
110	\$157.982.11	\$206.894.79	\$302.442.50
111	\$157.044.32	\$208.640.76	\$302.442.50
112	\$156.112.13	\$210.395.43	\$302.442.50
113	\$155.185.44	\$212.159.40	\$302.442.50
114	\$154.264.25	\$213.932.27	\$302.442.50
115	\$153.348.56	\$215.714.64	\$302.442.50
116	\$152.438.37	\$217.506.11	\$302.442.50
117	\$151.533.68	\$219.306.38	\$302.442.50
118	\$150.634.49	\$221.115.05	\$302.442.50
119	\$149.740.80	\$222.932.82	\$302.442.50
120	\$148.852.61	\$224.760.39	\$302.442.50
121	\$147.970.02	\$226.598.36	\$302.442.50
122	\$147.093.03	\$228.446.43	\$302.442.50
123	\$146.221.64	\$230.305.30	\$302.442.50
124	\$145.355.85	\$232.175.67	\$302.442.50
125	\$144.495.66	\$234.057.14	\$302.442.50
126	\$143.641.07	\$235.949.41	\$302.442.50
127	\$142.792.08	\$237.853.18	\$302.442.50
128	\$141.948.69	\$239.768.15	\$302.442.50
129	\$141.110.80	\$241.693.92	\$302.442.50
130	\$140.278.41	\$243.631.19	\$302.442.50
131	\$139.452.52	\$245.580.56	\$302.442.50
132	\$138.633.13	\$247.541.73	\$302.442.50
133	\$137.819.24	\$249.515.40	\$302.442.50
134	\$137.010.85	\$251.502.27	\$302.442.50
135	\$136.208.06	\$253.502.04	\$302.442.50
136	\$135.411.77	\$255.514.41	\$302.442.50
137	\$134.621.08	\$257.539.18	\$302.442.50
138	\$133.836.09	\$259.576.05	\$302.442.50
139	\$133.056.80	\$261.625.72	\$302.442.50
140	\$132.283.31	\$263.687.89	\$302.442.50
141	\$131.515.62	\$265.763.16	\$302.442.50
142	\$130.753.83	\$267.852.23	\$302.442.50
143	\$130.000.04	\$269.954.70	\$302.442.50
144	\$129.254.25	\$272.070.27	\$302.442.50
145	\$128.516.46	\$274.198.54	\$302.442.50
146	\$127.786.67	\$276.339.11	\$302.442.50
147	\$127.064.88	\$278.492.58	\$302.442.50
148	\$126.351.09	\$280.658.45	\$302.442.50
149	\$125.645.30	\$282.836.32	\$302.442.50
150	\$124.947.51	\$285.026.89	\$302.442.50
151	\$124.257.72	\$287.230.76	\$302.442.50
152	\$123.575.93	\$289.448.63	\$302.442.50
153	\$122.902.14	\$291.680.10	\$302.442.50
154	\$122.236.35	\$293.925.87	\$302.442.50
155	\$121.578.56	\$296.186.64	\$302.442.50
156	\$120.928.77	\$298.462.01	\$302.442.50
157	\$120.286.98	\$300.752.58	\$302.442.50
158	\$119.653.19	\$303.058.05	\$302.442.50
159	\$119.027.40	\$305.378.12	\$302.442.50
160	\$118.408.61	\$307.712.39	\$302.442.50
161	\$117.796.82	\$310.061.46	\$302.442.50
162	\$117.192.03	\$312.425.93	\$302.442.50
163	\$116.594.24	\$314.805.40	\$302.442.50
164	\$116.003.45	\$317.200.47	\$302.442.50
165	\$115.419.66	\$319.611.74	\$302.442.50
166	\$114.842.87	\$322.038.81	\$302.442.50
167	\$114.273.08	\$324.482.28	\$302.442.50
168	\$113.710.29	\$326.942.85	\$302.442.50
169	\$113.154.50	\$329.419.92	\$302.442.50
170	\$112.605.71	\$331.914.09	\$302.442.50
171	\$112.063.92	\$334.425.96	\$302.442.50
172	\$111.529.13	\$336.955.13	\$302.442.50
173	\$110.991.34	\$339.502.20	\$302.442.50
174	\$110.459.55	\$342.066.87	\$302.442.50
175	\$110.933.76	\$344.648.74	\$302.442.50
176	\$110.414.07	\$347.248.51	\$302.442.50
177	\$109.900.48	\$349.865.78	\$302.442.50
178	\$109.392.99	\$352.499.95	\$302.442.50
179	\$108.891.50	\$355.151.62	\$302.442.50
180	\$108.396.01	\$357.820.49	\$302.442.50

Fuente: Banco Guayaquil (2023)

Tabla 27
Tabla de amortización francesa del Banco de Guayaquil

TABLA DE AMORTIZACIÓN			
Cuentas	Interés	Amortización	Costo
91	\$173.875.78	\$178.565.72	\$352.442.50
92	\$172.815.65	\$179.555.85	\$352.442.50
93	\$171.757.25	\$181.285.25	\$352.442.50
94	\$169.785.21	\$182.689.99	\$352.442.50
95	\$168.387.34	\$184.054.17	\$352.442.50
96	\$167.200.85	\$185.434.84	\$352.442.50
97	\$165.925.62	\$186.827.10	\$352.442.50
98	\$164.178.48	\$188.264.02	\$352.442.50
99	\$162.769.81	\$189.671.69	\$352.442.50
100	\$161.212.31	\$191.150.19	\$352.442.50
101	\$159.883.81	\$192.709.29	\$352.442.50
102	\$158.402.81	\$194.339.99	\$352.442.50
103	\$156.991.04	\$195.941.48	\$352.442.50
104	\$155.488.41	\$197.614.29	\$352.442.50
105	\$153.984.54	\$199.258.98	\$352.442.50
106	\$152.484.34	\$199.981.15	\$352.442.50
107	\$150.982.73	\$200.681.77	\$352.442.50
108	\$149.480.41	\$201.359.84	\$352.442.50
109	\$147.884.91	\$202.017.50	\$352.442.50
110	\$146.151.53	\$202.654.87	\$352.442.50
111	\$144.750.38	\$203.272.12	\$352.442.50
112	\$143.175.38	\$203.871.75	\$352.442.50
113	\$141.588.44	\$204.454.06	\$352.442.50
114	\$139.989.49	\$205.020.79	\$352.442.50
115	\$138.378.38	\$204.564.14	\$352.442.50
116	\$136.754.81	\$204.086.87	\$352.442.50
117	\$135.119.41	\$203.598.50	\$352.442.50
118	\$133.473.81	\$203.099.84	\$352.442.50
119	\$131.818.85	\$202.590.65	\$352.442.50
120	\$130.153.77	\$202.071.77	\$352.442.50
121	\$128.478.91	\$201.542.99	\$352.442.50
122	\$126.793.32	\$201.004.18	\$352.442.50
123	\$125.107.64	\$200.455.95	\$352.442.50
124	\$123.411.39	\$199.907.81	\$352.442.50
125	\$121.705.09	\$199.359.45	\$352.442.50
126	\$119.988.15	\$198.811.35	\$352.442.50
127	\$118.261.12	\$198.263.12	\$352.442.50
128	\$116.524.50	\$197.714.40	\$352.442.50
129	\$114.777.81	\$197.164.80	\$352.442.50
130	\$113.021.56	\$196.614.91	\$352.442.50
131	\$111.256.25	\$196.064.42	\$352.442.50
132	\$109.481.40	\$195.513.93	\$352.442.50
133	\$107.697.50	\$194.962.94	\$352.442.50
134	\$105.904.15	\$194.411.95	\$352.442.50
135	\$104.101.85	\$193.860.56	\$352.442.50
136	\$102.290.10	\$193.308.17	\$352.442.50
137	\$100.469.50	\$192.755.18	\$352.442.50
138	\$98.640.55	\$192.201.19	\$352.442.50
139	\$96.802.85	\$191.646.80	\$352.442.50
140	\$94.956.90	\$191.091.81	\$352.442.50
141	\$93.103.20	\$190.536.82	\$352.442.50
142	\$91.241.35	\$189.981.43	\$352.442.50
143	\$89.371.95	\$189.425.44	\$352.442.50
144	\$87.494.60	\$188.868.45	\$352.442.50
145	\$85.609.00	\$188.310.86	\$352.442.50
146	\$83.715.75	\$187.752.27	\$352.442.50
147	\$81.814.45	\$187.193.28	\$352.442.50
148	\$79.905.70	\$186.633.29	\$352.442.50
149	\$77.989.10	\$186.072.70	\$352.442.50
150	\$76.064.35	\$185.511.21	\$352.442.50
151	\$74.131.05	\$184.948.42	\$352.442.50
152	\$72.189.90	\$184.384.93	\$352.442.50
153	\$70.240.70	\$183.820.14	\$352.442.50
154	\$68.283.15	\$183.254.55	\$352.442.50
155	\$66.317.05	\$182.687.56	\$352.442.50
156	\$64.342.10	\$182.119.57	\$352.442.50



Monitoreo y Evaluación

MONITOREO Y EVALUACIÓN

Indicadores de seguimiento, acompañamiento y cumplimiento.

Información turística

Objetivo: Brindar información del Área Recreacional Parque central a los visitantes del lugar.
Fuentes: Datos obtenidos con el registro, que estará a cargo del guardia del área recreacional.
Medible: Número de personas constan en el registro una vez proporcionada la información.
Indicador cuantificable: (Número de personas en el registro) *100

Cuidado del ecosistema

Objetivo: Cuidar de los recursos naturales que posee el Nuevo Samborondón y así poder cubrir las necesidades de los visitantes potenciales.
Fuentes: Datos obtenidos mediante el reciclador de botellas plásticas.
Medible: Número de botellas plásticas que estén arrojadas en un recipiente solo para este tipo de desechos.
Indicador cuantificable: (Número de botellas plásticas arrojadas en el tacho) *100

Zonas de ocio y recreación

Promedio de visitantes nacionales que visitan el lugar

Objetivo: Determinar un promedio de visitantes potenciales que recibirá el Nuevo Samborondón.

MONITOREO Y EVALUACIÓN

Fuentes: Datos obtenidos con la facturación, que se encargará de la administración de los establecimientos de restauración.

Medible: Número total de personas que consumen en los restaurantes de fuera del parque central en el Nuevo Samborondón.
Indicador cuantificable:

$$\text{Promedio de visitantes nacionales} = \left(\frac{\text{Número total de personas que consumen en los restaurantes de fuera del parque central en el Nuevo Samborondón}}{\text{Numeros de establecimientos de restauración}} \right)$$

Número de visitantes internacionales

Objetivo: Establecer el número de visitantes internacionales que visitan el sitio a través de las guías que se dan en el río.

Fuentes: Datos obtenidos por medio del pago que le realizan a la persona que ofrece la guía en los botes.
Medible: Todas personas que visitan los botes.

Indicador cuantificable:
Número de visitantes internacionales
= (Todas las personas que visitan los botes)

MONITOREO Y EVALUACIÓN

Ingresos turísticos totales

Objetivo:
Determinar la demanda del Nuevo Saborandón para de ese modo el sitio pueda satisfacer las necesidades de sus visitantes potenciales.

Fuentes:
Datos obtenidos con el registro, que estará a cargo de la administración de dicha organización.

Medible:
Número total de personas que visitan el parque central y se registran en el centro de información.

Indicador cuantificable:

$$\text{Ingresos turísticos totales} = \left(\frac{\text{Número total de personas que visitan el parque central y se registran en el centro de información}}{\text{}} \right)$$

Alianzas público-privadas

Objetivo:
Desarrollar alianzas que ayuden a la mejora y preservación del territorio.

Fuentes:
Datos obtenidos del Municipio de Saborandón y miembros de la comunidad local.

Medible:
Número de autoridades que conforman el equipo participativo del Nuevo Saborandón.

Indicador cuantificable:

$$\text{Alianzas público - privadas} = \left(\frac{\text{Número de autoridades que conforman el equipo participativo del Nuevo Saborandón.}}{\text{}} \right)$$

64

MONITOREO Y EVALUACIÓN

Inversión

Objetivo:
Invertir en la mejora de la infraestructura para incentivar la buena percepción y experiencia que el visitante tenga del lugar.

Fuentes:
Datos otorgados por parte de las cooperativas o entidades bancarias.

Medible:
Cifras de inversión por parte de las autoridades de financiamiento.

Indicador cuantificable:

$$\text{Inversión} = \left(\frac{\text{Cifras de inversión por parte de las autoridades de financiamiento}}{\text{}} \right)$$

Actividades de comercio

Objetivo:
Regular las actividades comerciales y generar plazas de empleo estables.

Fuentes:
Datos obtenidos por parte del grupo consultor del Nuevo Saborandón.

Medible:
Número de comerciantes formales o informales presentes en el Nuevo Saborandón.

Indicador cuantificable:

$$\text{Actividades de comercio} = \left(\frac{\text{Número de comerciantes formales o informales presentes en el Nuevo Saborandón.}}{\text{}} \right)$$

65

MONITOREO Y EVALUACIÓN

Evaluación periódica del impacto ambiental y social del turismo

Identificación de Indicadores de Sostenibilidad propuestos por la OMT:

Indicadores Ambientales

• Gestión de Residuos

Objetivo:
Gestionar adecuadamente los residuos sólidos.

Fuentes:
Datos otorgados por parte de los recicladores de basura.

Medible:
Porcentaje de los residuos reciclados.

Indicador cuantificable:

$$\text{Porcentaje de los residuos reciclados} = \left(\frac{\text{Residuos Reciclados}}{\text{Total de Residuos Generados}} \right) \cdot 100$$

• Eficiencia de energía

Objetivo:
Uso de fuentes de energía renovable.

Fuentes:
Datos de consumo de energía (CNEL o Ministerio)

Medible:
Proporción de energía consumida proveniente de fuentes renovables.

Indicador cuantificable:

$$\text{Porcentaje de los residuos reciclados} = \left(\frac{\text{Residuos Reciclados}}{\text{Total de Residuos Generados}} \right) \cdot 100$$

66

MONITOREO Y EVALUACIÓN

• Conservación de la biodiversidad

Objetivo:
Conocer el impacto en la biodiversidad de las actividades turísticas.

Fuentes:
Estudios de impacto ambiental, informes de biólogos.

Medible:
Índice de impacto en el ambiente.

Indicador cuantificable:
Puntuación del impacto en el ambiente

$$\text{Actividades de comercio} = \left(\frac{\text{Número de comerciantes formales o informales presentes en el Nuevo Saborandón.}}{\text{}} \right)$$

Indicadores Sociales y Culturales

• Participación Comunitaria: Niveles de participación de la comunidad en el desarrollo turístico.

Objetivo:
Conocer los niveles de participación de la comunidad en el desarrollo turístico.

Fuentes:
Datos otorgados por el listado de asistencia a las reuniones comunitarias

Medible:
Número de participantes en reuniones comunitarias.

Indicador cuantificable:

$$\text{Participación comunitaria} = \left(\frac{\text{Número de Participantes en Reuniones Comunitarias}}{\text{Total población Nuevo Saborandón}} \right) \cdot 100$$

• Empleo Local: Porcentaje de empleados locales en la industria turística.

Objetivo:
Aumentar el porcentaje de empleados locales en la industria turística.

67



Anexo 10. Póster del plan de ordenamiento turístico territorial para el Nuevo Samborondón

DISEÑO DE UN PLAN DE ORDENAMIENTO TURÍSTICO TERRITORIAL PARA EL "NUEVO SAMBORONDÓN"

PROBLEMA

Inexistencia de un proceso de planificación turística territorial exclusivo para el Nuevo Samborondón, que aproveche adecuadamente el paisaje, los recursos naturales y culturales disponibles que determinarán la vocación turística del territorio de estudio.

PROPUESTA

Es el diseño de un plan de ordenamiento turístico territorial que incluye los siguientes factores claves:



OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan de ordenamiento turístico territorial para Nuevo Samborondón, mediante herramientas técnicas de planificación turística y metodologías de pensamiento innovador, para aprovechar los recursos territoriales del lugar, a partir del año 2024.

RESULTADOS

Figura 1. Matriz de Vocación Turística para el Nuevo Samborondón

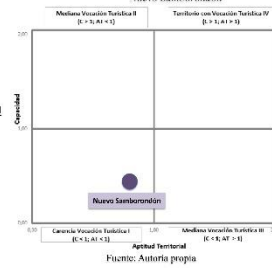


Figura 2. Percepción de la localidad

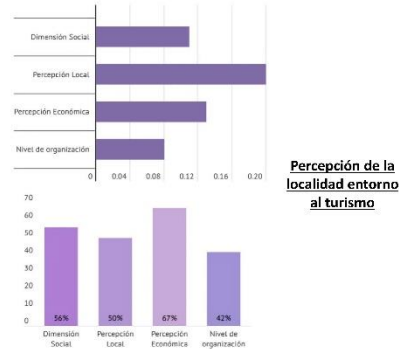
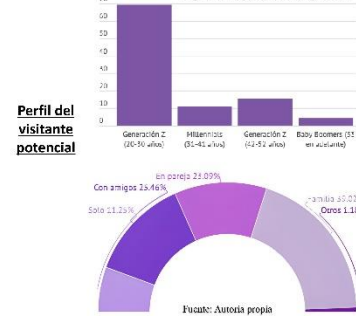


Figura 3. Perfil del visitante potencial

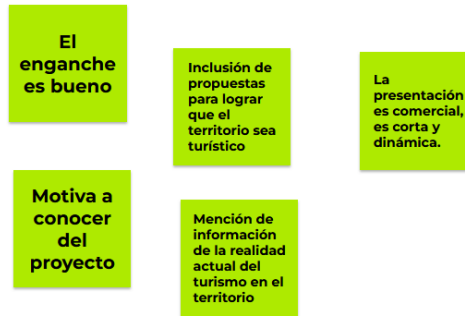


CONCLUSIONES

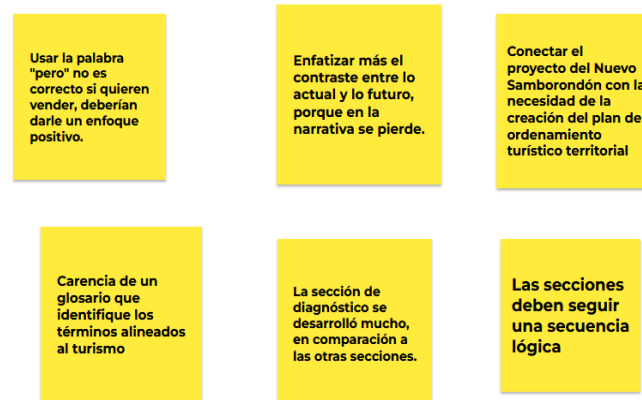
- El diseño del plan representa la primera fase del proyecto, mismo que servirá para el desarrollo, implementación y monitoreo a mediano plazo.
- El análisis técnico y detallado de la realidad turística actual del territorio Nuevo Samborondón, proporciona una base sólida para el diseño del plan, ya que permite identificar recursos turísticos, la percepción local y plantea desafíos como la identificación de mejoras para obtener vocación turística del territorio.
- La identificación de un perfil específico de visitantes potenciales ofrece las directrices para la creación de experiencias turísticas personalizadas y atractivas, que responden a las necesidades del visitante; además, considera la adaptabilidad de la oferta turística.

Anexo 11. Herramientas de validación del prototipo
Herramienta: FODA

FORTALEZAS



DEBILIDADES



AMENAZAS

Que se realice otro plan con el mismo enfoque y que tenga más recursos para su realización.

OPORTUNIDADES

El prototipo tiene potencial y es innovador lo que lo hace atractivo para los interesados claves.

Herramienta: Encuesta (donde se evaluó la matriz “I like, I wish, I Wonder”)

1. Nombre del evaluador

[Más detalles](#)

1
Respuestas

Respuestas más recientes
"Raizza Maquizaca"

2. Tipo de evaluador:

[Más detalles](#)

● Empresa	0
● Comunidad	0
● Usuario final	0
● Otras	1



3. En una escala del 1 al 5, califique los siguientes criterios listados a continuación.

[Más detalles](#)

■ TOTALMENTE DESACUERDO ■ EN DESACUERDO ■ NEUTRAL ■ DE ACUERDO ■ TOTALMENTE DE ACUERDO

- La propuesta es entendible y responde a las necesidades de mi empresa o institución.
- La propuesta refleja un análisis de datos relevantes para el proyecto. Se evidencia la realización de un...
- La propuesta es factible y consideraría implementarla.
- La propuesta es innovadora.
- La implementación de la propuesta aportaría a la sociedad.



4. ¿Qué le gustó del prototipo del plan?

[Más detalles](#)

1
Respuestas

Respuestas más recientes
"El orden "

5. ¿Identificó alguna información confusa en el prototipo?

[Más detalles](#)

● SI 1
● NO 0



6. Justifique la respuesta anterior

[Más detalles](#)

1
Respuestas

Respuestas más recientes
"La terminología que se solicito realizar un glosario previo "

7. ¿Qué quisiera mejorar con respecto al diseño del plan?

[Más detalles](#)

1
Respuestas

Respuestas más recientes
"Mejorar la presentación, quizás mantener una línea gráfica y paleta d..."

8. ¿Qué quisiera mejorar con respecto al contenido del plan?

[Más detalles](#)

1
Respuestas

Respuestas más recientes
"Añadir el glosario para mejor entendimiento"

9. ¿Qué fortalezas considera que tiene el plan presentado?

[Más detalles](#)

1
Respuestas

Respuestas más recientes
"Innovador "

10. ¿Qué debilidades considera que tiene el plan presentado?

[Más detalles](#)

1
Respuestas

Respuestas más recientes
:"

11. ¿Qué amenazas considera que tiene el plan presentado?

[Más detalles](#)

1
Respuestas

Respuestas más recientes
:"

12. ¿Qué oportunidades considera que tiene el plan presentado?

[Más detalles](#)

1
Respuestas

Respuestas más recientes
:"

13. Recomendaciones

[Más detalles](#)

1
Respuestas

Respuestas más recientes
:"

Anexo 12. Rúbrica de evaluación del prototipo por parte de los expertos

RÚBRICA DE PROPUESTA FINAL DE MATERIA INTEGRADORA TURISMO

Nombre del proyecto: Diseño de un plan de ordenamiento turístico territorial para el "Nuevo Samborondón"
Integrantes: Génesis Jiménez y Geovana Talledo **Fecha de presenta** 16-ene-24
Nombre del evaluador: Jaime Rumbear **Institución:** Consultora Persona
Tipo de usua Empresa Comunidad Usuario final: Otro:

Instruccion: Indicar con una X el nivel de ACUERDO con cada uno de los tres criterios listados a continuación:

CRITERIO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NEUTRAL	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
La propuesta es entendible y responde a las necesidades de mi empresa o institución.					X
La propuesta refleja un análisis de datos relevantes para el proyecto. Se evidencia la realización de un					X
La propuesta es factible y consideraría implementarla.					X
La propuesta es innovadora.					X
La implementación de la propuesta aportaría a la sociedad.					X

Firma del evaluador: Jaime Rumbear
Correo electrónico: tono@persona.ec

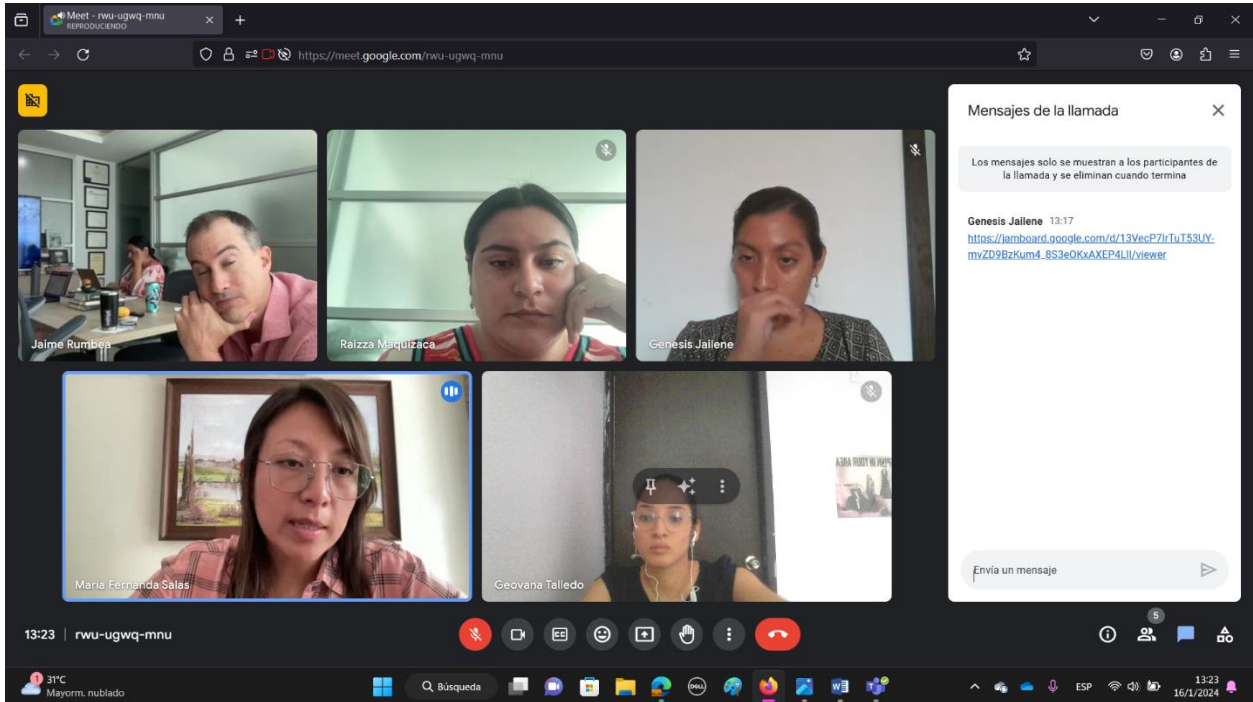
RÚBRICA DE PROPUESTA FINAL DE MATERIA INTEGRADORA TURISMO

Nombre del proyecto: Diseño de un plan de ordenamiento turístico territorial para el "Nuevo Samborondón"
Integrantes: Génesis Jiménez y Geovana Talledo **Fecha de pres** 16-ene-24
Nombre del evaluador: Raizza Masaquiza **Institución:** Profesora de la ESPOL
Tipo de usuari Empresa Comunidad Usuario final: Otr

Instrucciones: Indicar con una X el nivel de ACUERDO con cada uno de los tres criterios listados a continuación:

CRITERIO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NEUTRAL	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
La propuesta es entendible y responde a las necesidades de mi empresa o institución.					X
La propuesta refleja un análisis de datos relevantes para el proyecto. Se evidencia la realización de un diagnostico técnico.					X
La propuesta es factible y consideraría implementarla.					X
La propuesta es innovadora.					X
La implementación de la propuesta aportaría a la sociedad.					X

Firma del evaluador: 
Correo electrónico: maquiza@espol.edu.ec



The image shows a Google Meet interface with five participants in a grid view. The participants are Jaime Rumbos, Raizza Maquizaca, Genesis Jallene, Maria Fernanda Salas, and Geovana Talledo. A chat window on the right displays a message from Genesis Jallene at 13:17 with a link: https://jamboard.google.com/d/13VeeP7rTtT53Uy-mvZD9BzKum4_8S3e0KxAXEP4Uj/viewer. The bottom of the screen shows the Windows taskbar with the time 13:23 and date 16/1/2024.


The image is a screenshot of a Powtoon presentation slide. The main text, highlighted in yellow, reads: **Imaginen un Nuevo Samborondón que crece de manera planificada y sostenible, donde cada calle, parque y edificación se diseña cuidadosamente para mejorar la calidad de vida de la comunidad...** The background features a 3D architectural rendering of a modern city with high-rise buildings, green spaces, and a winding road. A female presenter avatar in a black suit stands on the left, holding a sign that says "BIZ". The Powtoon logo and "CREATED USING POWTOON" are visible in the bottom right corner. The video player interface at the bottom shows a progress bar at 0:17 / 18:44.

Presiona **Esc** para salir pantalla completa

DIAGNÓSTICO

Delimitación del área

El Nuevo Samborondón es un terreno de 2300 hectáreas, está situado en la provincia del Guayas, ciudad de Samborondón, en la parroquia La Puntilla (Satélite).



Características geográficas y climáticas

En los actuales momentos, el Nuevo Samborondón no dispone de registros estadísticos cuantitativos y cualitativos sobre indicadores de biodiversidad y la calidad del entorno natural, lo que limita e impide realizar un diagnóstico más exhaustivo sobre los componentes bióticos (flora y fauna) y abióticos (clima, humedad, aire, suelo, agua, temperatura, pH), entre otros.

Clima

Según la "clasificación de Köppen (2005) podemos ubicar al cantón Samborondón en una zona climática tropical sabana – estepa cálida. Según la clasificación de Parrot (1995) basada en valores anuales de precipitación, se encuentra en un clima tropical mega – térmico seco semihúmedo⁴ con precipitaciones de 500 y 1000 mm anuales, con una estación seca marcada y temperaturas sólidas superiores a 24°C. Durante la estación seca de junio a diciembre se han registrado temperaturas de 23°C a 25°C y en época de lluvias de enero a mayo de 26°C a 32°C, sin tomar en cuenta las temperaturas altas durante el fenómeno de El Niño. La temperatura media anual del cantón Samborondón es de 25°C.

Hidrología y calidad de agua

Dentro del cantón Samborondón, se encuentra el Nuevo Samborondón. Por lo tanto, la red hidrográfica que abastece la zona es el mismo que el del cantón. Según el Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial (2012-2022) de Samborondón se establece la existencia de "ríos y esteros de tipo perenne e intermitente".

Usos de suelo


Zona residencial, educativa y salud

Características:

- Viviendas unifamiliares y multifamiliares en complejos residenciales o ciudadelas.
- Calles arboladas, aceras peatonales (dimensión: 1.5 m) y ciclovías (dimensión: 2m).
- Parques y espacios verdes dentro de las ciudadelas de viviendas.
- Instalaciones educativas y de salud cercanas.

Densidad Poblacional:

- Moderada a media densidad.
- Espacios abiertos para recreación comunitaria.



BIZ

CREATED USING
POWTOON

1:26/3:00

Presiona **Esc** para salir pantalla completa

Recomendaciones

El plan conforma la base para el desarrollo de la actividad turística dentro del polígono territorial Nuevo Samborondón.



Sin embargo, se recomienda:

1. Sinergia entre el sector público y privado.
2. Cumplimiento de responsabilidades de los sectores público y privado.
3. Gestión de recursos (económico y humanos).
4. Gestión de recursos turísticos existentes.
5. Participación ciudadana.
6. Reconocer y cumplir el marco legal del proyecto.
7. Evaluación continua del plan.
8. Gestión de riesgos.

CREATED USING
POWTOON

2:52 / 18:44