



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE  
DE GUAYAQUIL**

**CARRERA DE MERCADOTECNIA**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERA EN MERCADOTECNIA**

**TEMA:**

**“EL TURISMO CULTURAL COMO PARTE DEL DESARROLLO SOCIO-  
ECONOMICO DEL PAIS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

**TUTORA:**

**ING. PILAR VARGAS COELLO**

**AUTORES:**

**CAROLINA ALVARADO BASTIDAS**

**VIVIANA SOTO LA MOTA**

**GUAYAQUIL - ECUADOR**

**2012**

## **DEDICATORIA**

**A Dios**, porque sin él, no hubiera sido posible alcanzar este mérito, porque gracias a él, he alcanzado algunos éxitos en mi vida y hoy he logrado uno de los más importantes, el ser una profesional.

**A mi adorada mamá**, por ser esa personita que ha estado a mi lado todo el tiempo, por enseñarme e inculcarme el valor de la responsabilidad, por ese amor incondicional que me motiva día a día a alcanzar varios éxitos en mi vida, por eso Hoy te dedico este título en agradecimiento a todo lo que me has dado.

**CAROLINA ALVARADO BASTIDAS**

## **AGRADECIMIENTOS**

**A Dios**, por haberme permitido alcanzar uno de mis objetivos y por estar a mi lado en cada momento de mi vida.

**A mis padres**, quienes han sido ese apoyo incondicional y me han motivado a no rendirme y seguir adelante, sobretodo a mi mamá, quien ha sido mi principal motivo para culminar mi carrera profesional.

**A mi hermana y jefa Gina**, por ese apoyo moral y económico y por ser la persona que me ha brindado todas las facilidades para terminar la tesis.

**A mi amiga Pamela**, porque algunas de estas páginas hubieran estado vacías sino fuera por su gran ayuda.

**Finalmente a mis profesores:** Ing. Pilar Vargas y Msc. Luis Cortez, ya que sin su dedicación y conocimientos impartidos, no habría podido enriquecer mi formación profesional.

**CAROLINA ALVARADO BASTIDAS**

## **DEDICATORIA**

### **A mis padres**

Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

### **A mi esposo**

Por su amor, comprensión, paciencia y fortaleza que permitieron mi desarrollo profesional.

### **A mi hija**

Porque a su corta edad, y muchas veces sin entender, tuvo que soportar largas horas sin mi compañía.

**VIVIANA SOTO LA MOTA**

## **AGRADECIMIENTOS**

### **A mis maestros**

Ing. Pilar Vargas por su gran apoyo y motivación para la culminación de nuestros estudios profesionales y para la elaboración de esta tesis; a Msc. Luis Cortez por su apoyo ofrecido en este trabajo.

Finalmente a los maestros, aquellos que marcaron cada etapa de nuestro camino universitario, y que me ayudaron en asesorías y dudas presentadas en la elaboración de la tesis

**VIVIANA SOTO LA MOTA**

## RESUMEN

En el siguiente trabajo se pretende demostrar la viabilidad de la implementación de una Ruta Turística Cultural Gastronómica en la ciudad de Guayaquil, la cual se convertiría en una nueva alternativa para la promoción del turismo cultura de la urbe y con el propósito de mejorar las condiciones de vida de los habitantes a través del conocimiento y valoración de su recurso patrimonial y cultural, así como de su gastronomía. Razón por la cual el siguiente proyecto de investigación se divide en cuatro capítulos, los mismos que se describen brevemente a continuación:

- El capítulo 1: “Introducción” permitirá conocer el motivo que impulsó al desarrollo de esta idea innovadora, partiendo del planteamiento del problema, se elaborarán objetivos que esperan ser cumplidos a lo largo de la investigación a fin de comprobar la hipótesis formulada.
- El capítulo 2: “Marco Teórico” contiene la información relevante que permite hacer una sistematización sobre la investigación, valiéndose de las aportaciones más sobresalientes de autores que han escrito previamente sobre temas similares o lo que se conoce en la evidencia empírica sobre el turismo y su impacto a nivel nacional.
- El capítulo 3: “Metodología”, en este apartado se busca explicar los métodos de investigación a ejecutarse para el levantamiento de información, se describen las principales técnicas de recolección de datos y se presenta los resultados obtenidos para el análisis respectivo, previo al desarrollo de la propuesta de creación.
- Finalmente, el capítulo 4: “Informe Técnico Final” explicará la forma en que será llevada a cabo la propuesta. En este capítulo es importante destacar los subcapítulos que trataran sobre la descripción de la Ruta Cultural Gastronómica, el plan de marketing y las proyecciones financieras que determinaran si es conveniente para el Municipio de Guayaquil realizar o no la propuesta según la evaluación financiera realizada.

## TABLA DE CONTENIDO

|  |     |
|--|-----|
| CAPÍTULO 1.....  | 9   |
| INTRODUCCIÓN .....                                     | 9   |
| 1.1. Tema.....   | 9   |
| 1.2. Diagnóstico.....                                  | 9   |
| 1.3. Definición del problema de investigación.....     | 11  |
| 1.3.1. <i>Formulación del problema</i> .....           | 12  |
| 1.3.2. <i>Delimitación del problema</i> .....          | 12  |
| 1.4. Justificación.....                                | 12  |
| 1.5. Objetivos .....                                   | 15  |
| 1.5.1. <i>Objetivo General</i> .....                   | 15  |
| 1.5.2. <i>Objetivos Específicos</i> .....              | 15  |
| 1.6. Intencionalidad de la investigación .....         | 16  |
| CAPÍTULO 2.....  | 17  |
| MARCO TEÓRICO.....                                     | 17  |
| 2.1. Estado del Arte .....                             | 17  |
| 2.2. Fundamentación Teórica .....                      | 24  |
| 2.3. Marco Conceptual .....                            | 28  |
| 2.4. Marco Demográfico .....                           | 39  |
| 2.5. Marco Geográfico .....                            | 40  |
| 2.6. Marco Legal .....                                 | 42  |
| 2.7. Hipótesis.....                                    | 44  |
| 2.8. Variables.....                                    | 45  |
| 2.9. Indicadores .....                                 | 45  |
| CAPÍTULO 3.....  | 46  |
| METODOLOGÍA .....                                      | 46  |
| 3.1 Universo Muestral .....                            | 47  |
| 3.2 Métodos, técnicas e instrumentos.....              | 50  |
| 3.2.1. <i>Validación de Instrumentos</i> .....         | 51  |
| 3.3 Aplicación de instrumentos .....                   | 522 |
| 3.4. Procesamiento de Datos .....                      | 63  |
| 3.4.1 <i>Análisis de Mercados Segmentados.</i> .....   | 85  |
| 3.4.2 <i>Análisis e Interpretación de Datos.</i> ..... | 89  |

|  |       |
|--|-------|
| 3.4.3 Clasificación de sitios culturales.....  | 893   |
| 3.4.4 Clasificación de los platos típicos de Guayaquil .....   | 100   |
| CAPÍTULO 4.....  | 103   |
| INFORME TÉCNICO FINAL: PROPUESTA .....   | 103   |
| PLAN DE MARKETING PARA LA INTRODUCCIÓN DE UNA RUTA CULTURAL<br>GASTRONÓMICA COMO FUENTE DE GENERACIÓN DE INGRESOS PARA EL<br>SECTOR TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL <b>¡Error! Marcador no definido.</b> |       |
| 4.1. Introducción .....  | 103   |
| 4.2. Análisis Situacional.....   | 104   |
| 4.3. Descripción del Proyecto .....  | 116   |
| 4.4. Equipo de Trabajo .....   | 138   |
| 4.5. Estrategias de Marketing.....   | 141   |
| 4.5.1. Estrategias de Posicionamiento .....  | 141   |
| 4.5.2. Valoración del Activo de la Marca (BAV).....  | 142   |
| 4.5.3. Estrategias de Marketing Mix .....  | 144   |
| 4.6. Mapa de la Ruta.....  | 147   |
| 4.7. Plan de Operaciones .....   | 149   |
| 4.7.1. Proceso de presentación de proyecto al Municipio .....  | 149   |
| 4.7.2. Proceso de operaciones de la Ruta .....   | 149   |
| 4.8. Plan de Contingencia.....   | 15050 |
| 4.8.1 Medidas Preventivas.....   | 151   |
| 4.9. Evaluación Económica del Proyecto.....  | 152   |
| 4.9.1. Presupuesto de Marketing de Lanzamiento.....  | 152   |
| 4.9.2. Presupuesto de Gastos Pre-operacionales.....  | 152   |
| 4.9.3. Presupuesto de Activos Fijos.....   | 153   |
| 4.9.4. Resumen de la Inversión Inicial .....   | 153   |
| 4.9.5. Presupuestos de Gastos .....  | 154   |
| 4.9.6. Análisis de Escenarios .....  | 155   |
| CONCLUSIONES .....   | 152   |
| RECOMENDACIONES .....  | 160   |
| GLOSARIO .....   | 161   |
| BIBLIOGRAFÍA .....   | 164   |
| ANEXOS .....   | 166   |

## **CAPÍTULO 1**

### **INTRODUCCIÓN**

#### **1.1. Tema**

***“EL TURISMO CULTURAL COMO PARTE DEL DESARROLLO SOCIO-ECONOMICO DEL PAIS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”***

#### **1.2. Diagnóstico**

El turismo es uno de los sectores económicos que a nivel mundial mueve grandes cantidades de personas; de acuerdo a datos de la Organización Mundial de Turismo<sup>1</sup> (OMT), las llegadas internacionales en 2011, alcanzaron los 980 millones de turistas en todo el mundo, lo que representó un crecimiento de 4.40% en relación al 2010 y se espera que estas cifras mejoren para 2012, estando muy cerca de arribar a la cifra histórica de los mil millones de turistas internacionales; según declaraciones de la OMT el turismo internacional batió nuevos récords en 2011 a pesar de las difíciles condiciones que atraviesan ciertas economías como consecuencia de la crisis financiera mundial que afecta a países desarrollados como Estados Unidos y los de la Unión Europea<sup>2</sup>.

Los resultados que el turismo está generando a nivel mundial evidentemente traen consigo expectativas alentadoras, especialmente porque es considerada como una actividad que estimula el crecimiento económico a través de la creación de fuentes de empleo, pues la industria turística se compone de otros sectores como la hotelería, alimentación comercial, transportación, entretenimiento, ocio, etc.

En Ecuador la situación del turismo también ha tenido resultados positivos, ya que en 2011 el país recibió cerca de 1'128.000 turistas extranjeros; es decir, hubo un incremento de 8% en relación a 2010 donde esta cifra era de 1'044,000 visitantes, según la Dirección de Inteligencia de Mercados del Ministerio de Turismo, situación que se justifica como un

---

<sup>1</sup>Organismo internacional creado en 1925 que tiene como propósito promover el turismo.

<sup>2</sup>El Turismo internacional creció en 2011 pese a la crisis (2012). Diario El Comercio. Quito

importante aporte del Plan Integral de Marketing Turístico 2010-2014, que tiene como principal objetivo posicionar al país como “líder en turismo sostenible”<sup>3</sup>.

Por otra parte, es importante mencionar que Ecuador es un país multiétnico y pluricultural, lo que lo convierte en una joya para los visitantes, atraídos por esta diversidad de gente y de costumbres. El patrimonio de los pueblos está en su cultura, en la arquitectura, las artes, el folklore, la música, la danza, las herencias ancestrales o en expresiones arquitectónicas coloniales y modernas. En todas las regiones del Ecuador, coloridos mercados indígenas y fiestas populares como: la Mama Negra, el Paseo del Chagra, las Jumbadas, entre otras atraen a los visitantes nacionales y extranjeros. Los famosos mercados de Otavalo y Saquisilí son una perfecta combinación de cultura milenaria, tradiciones, sonidos exóticos y sabores andinos. En cada ciudad hay siempre un mercado para pintar de vida y color el entorno. Los mercados más conocidos están en Santo Domingo de los Colorados, Otavalo y en el Parque El Ejido en Quito.

Por otra parte, en la ciudad de Guayaquil se puede visualizar una amplia oferta turística, cadenas hoteleras de lujo, zonas de ocio, y servicios, pues es uno de los destinos más visitados por extranjeros en Ecuador. En Guayaquil se recomienda visitar el Malecón 2000, donde se encuentran monumentos representativos de la historia de la ciudad; el barrio Las Peñas, uno de los de mayor antigüedad; el Parque Histórico de Guayaquil; Parque del Lago; y Cerro Santana. En los últimos años, Guayaquil ha tenido un proceso de renovación y modernización urbana que ha generado nuevos atractivos turísticos en la ciudad, caracterizada desde sus inicios por su gran movimiento comercial, razón por la cual se ha venido incrementando el número de visitantes, y debido a su riqueza cultural, es substancial que se destaquen y se impulsen atractivos turísticos culturales que enmarquen la cultura de nuestra ciudad.

Guayaquil, por ser una ciudad que ha tenido grandes acontecimientos necesita ser valorizada y reconocida por los ciudadanos en cuanto a cultura se refiere, pero debido a la poca inversión destinada para aquello, existe una insuficiente promoción de los atractivos turísticos de la ciudad. Por otra parte, la escasa conciencia local de algunos ciudadanos que no cuidan o se preocupan por valorar el patrimonio de su ciudad es compleja ya que se pierde la identidad

---

<sup>3</sup>Ecuador prevé crecimiento del 7% en turismo extranjero durante 2012. (2012). Diario El Universo. Quito.

cultural de Guayaquil. En la actualidad, el Municipio de Guayaquil está consciente de los retos que deben enfrentarse con la finalidad de cambiar esta situación, ya que la mayoría de las empresas del sector turístico cuentan con un limitado capital y economía de escala que le impide desarrollar estrategias más efectivas en la promoción de importantes sectores, como en este caso el turismo cultural en la ciudad de Guayaquil

### 1.3. Definición del problema de investigación

La ciudad de Guayaquil y el desarrollo de su turismo requieren de mayor atención, difusión y normas para la conservación de su riqueza natural y cultural, ya que la misma puede desaparecer si no se los maneja sustentablemente. La problemática del sector turístico cultural en la ciudad de Guayaquil se puede manifestar de la siguiente manera:

- ***La competitividad en el campo turístico es baja en relación a otros países de Latinoamérica:*** de acuerdo a cifras del Foro Económico Mundial<sup>4</sup>, el índice de competitividad turística del Ecuador tuvo un decrecimiento en 2009, ubicando al país en el puesto 96 del ranking mundial que registra a 133 países (antes estaba en el puesto 86). Países como Colombia y Perú tienen un mejor resultado ubicándose en el puesto 72 y 74 respectivamente. Esto se debe principalmente a la baja promoción que tiene el país para difundir sus atractivos turísticos en el ámbito mundial.
- ***Balanza turística negativa en el país,*** las divisas generadas por concepto de turismo en el Ecuador fue de 672.2 millones de dólares (2009), mientras que la salida de divisas por el mismo concepto asciende a cerca de 806.1 millones de dólares en el mismo año, dejando en evidencia un saldo negativo de cerca de 132 millones de dólares<sup>5</sup>. Aspecto que refleja la necesidad de estimular el desarrollo del turismo local, como medida de acción que disminuya la salida de visitantes residentes y posteriormente de los flujos de divisas al exterior por concepto de turismo.
- ***La infraestructura turística no se aprovecha correctamente:*** si bien Guayaquil posee un recurso natural y cultural muy rico, la infraestructura turística no se aprovecha en

---

<sup>4</sup>Es una fundación sin fines de lucro con sede en Ginebra, donde se reúnen los principales líderes empresariales, los líderes políticos internacionales y periodistas e intelectuales selectos para analizar los problemas más apremiantes que enfrenta el mundo; entre ellos, la salud y el medioambiente

<sup>5</sup>Fuente: Boletín de Estadísticas Turísticas 2005-2009. Ministerio de Turismo del Ecuador, 2010

su máxima potencia; es decir, los atractivos que posee Guayaquil no son muy promocionados (salvo el malecón 2000), pero el país en sí, existen mayores atractivos que deben ser promovidos y por ende aprovechados para incentivar la afluencia turística en determinados sectores.

Los problemas antes expuestos se relacionan con otros factores que han hecho que el campo turístico de la ciudad no se explote en la medida que debería ser, ya que a pesar de que la infraestructura guayaquileña se presta para poner en práctica este tipo de turismo, no están bien definidas sus bases o poco se conoce de programas que integren la cultura y el turismo. Bajo este concepto, queda claro que las actividades turísticas del medio local son pilares en la formación integral de los ciudadanos y visitantes, ya que al promover la interacción de éstos con su entorno, despiertan su interés por participar en el desarrollo del conocimiento, brindándole la oportunidad de crear una conciencia libre, crítica y objetiva, convirtiéndolo personas capaces de incidir en su sociedad para transformarla. La incorporación de rutas turísticas ofrece la opción de utilizar eventos culturales como un auxiliar didáctico en el desarrollo cultural de los ciudadanos y visitantes, ya que los contenidos y destinos turísticos permiten enfrentar el conocimiento de los visitantes con su utilización en la realidad.

### ***1.3.1. Formulación del problema***

Analizar los factores que han impedido el desarrollo del turismo cultural en la ciudad de Guayaquil.

### ***1.3.2. Delimitación del problema***

Identificar las actividades turísticas culturales y los factores que permitan el desarrollo socioeconómico de la ciudad de Guayaquil en este sector.

## **1.4. Justificación**

Actualmente, diversos medios de comunicación han podido citar documentos en los que se refleja el crecimiento de la actividad turística en el país; situación que hoy se ve bastante atractiva para difundir el arte y cultura nacional. El turismo cultural crea representaciones dinámicas en los diversos procesos de formación y desarrollo, ya que los turistas recrean su

mente mientras están aprendiendo de la cultura y la tradición local. Este tipo de turismo generalmente aporta en el enriquecimiento cultural de los visitantes, dando a comprender que la actividad turística, en sus aspectos sociales, económicos, recreativos, históricos y ambientales, se vincula con el conocimiento, la práctica de valores éticos y morales, la revalorización de la identidad cultural, al desarrollo social y la convivencia creciente con el medio ambiente.

Los aportes del Turismo Cultural en los diferentes recorridos (ambientales, histórico, cívico, museos interactivos y recreativos) son vitales para todo visitante, porque genera procesos formativos que conforman distintas instancias y experiencias, donde lo vivencial tiene una valiosa participación. Es decir que en los visitantes constituyen un esencial desarrollo y formación de valores humanos, culturales y sociales, en actitudes de reconocimiento y preservación de la cultura. Entre los tipos de turismo cultural que se podrían llevar a cabo en la urbe porteña se pueden destacar:

- ✓ Urbano: Ofrece lo mejor que puede dar de sí una ciudad: cultura, arte, historia, gobierno y política, literatura, música, religión, educación, bibliotecas, museos, gastronomía, deporte, festividades, atracciones, etc.
- ✓ Arqueológico: Vinculado a los restos materiales de la vida humana desaparecida, y visita a destinos patrimonio arqueológico.
- ✓ Folclórico: Vinculado a las costumbres y tradiciones de los pueblos, fiestas y costumbres locales.
- ✓ Científico: Oferta turística para realizar investigaciones.
- ✓ Gastronómico: Vinculado a la comida tradicional del destino turístico.
- ✓ Ambiental: Visitar jardines y parques, zoológicos, esteros, ríos, lagos, sitios naturales y ecológicos, etc.

El Turismo Cultural es cuando los visitantes se concentran en la cultura de los lugares a donde van, por ejemplo: visitar museos, ver monumentos, ver obras de arte, participar en actividades cívicas, visitar parques históricos, etc. Es aquí donde entra el ofrecimiento de una propuesta de turismo cultural dirigida principalmente a los visitantes de la ciudad de Guayaquil, para que mediante paseos dinámicos, puedan conocer más acerca de su riqueza cultural, mientras se entretienen y disfrutan de un momento ameno y diferente a las actividades cotidianas que realizan en su entorno. Dado que es una modalidad de turismo que

hace hincapié en aspectos culturales ya sea de un pueblo, ciudad, región o país, esto genera un cambio positivo en los visitantes y ciudadanos que, a través de esta práctica, desarrollarán un sentido de pertenencia local, valores éticos y morales que le permitirán revalorizar la identidad cultural de la que ellos también forman parte, así como la convivencia con la naturaleza, creando una conciencia colectiva, protectora del patrimonio que su ciudad les brinda. La aplicación de estos programas de turismo cultural, fomenta la preparación de los visitantes y ciudadanos locales, ya que los contenidos y destinos turísticos inmersos, permiten enfrentar al visitante con el conocimiento y su práctica en la vida real.

El aporte de este trabajo deja vislumbrar una nueva alternativa de hacer turismo en la ciudad de Guayaquil, donde no sólo se busca promover el turismo de aventura, diversión o entretenimiento, sino que además dichas actividades puedan ser integradas con los aspectos culturales y sociales de esta comunidad, a fin de que se genere un valor agregado para los visitantes y en futuro sea posible desarrollarlo en otras regiones, provincias o ciudades, fortaleciendo el desarrollo turístico del país; de esta manera su aplicación tendría los siguientes puntos a favor de la urbe porteña:

1. Aprovechamiento de los recursos culturales del sector, con el propósito de ofrecer nuevas alternativas turísticas y de mayor valor agregado, combinando entretenimiento sano con un entorno cultural.
2. Difusión de la cultura guayaquileña, a través del conocimiento del patrimonio cultural local, conservación de lugares históricos y turísticos. Apertura de unos nuevos puntos turísticos.
3. Crecimiento económico, ya que al haber mayor turismo es posible el impulso de nuevas infraestructuras, y generación de plazas de trabajo, brindado una oportunidad de desarrollo para los sectores involucrados.

De acuerdo a estos 3 ejes, el propósito del desarrollo del turismo cultural en Guayaquil es velar por el desarrollo de una actividad económica responsable que garantice el cuidado del patrimonio cultural y natural de este sector, teniendo como principios la sostenibilidad, la apropiación social del recurso cultural y la cooperación activa de la comunidad local en la edificación de lineamientos, políticas, planes, programas y proyectos que impulsen este tipo

de turismo; además que busque la integración del conocimiento, comprensión y recreación responsable. Razón por la cual los beneficios implícitos que también ofrece este tipo de turismo son los siguientes:

- Mayor involucramiento de entidades gubernamentales como el M.I. Municipalidad de Guayaquil, Prefectura del Guayas, Ministerio de Turismo y demás organismos relacionados.
- Mejoramiento de la infraestructura local y creación de un sentido de pertenencia y rescate de identidad por parte de la comunidad porteña.
- Generación de ingresos y creación de empleos directos e indirectos en los sectores escogidos para la ruta turística.
- Exigencia de alta calidad de los servicios ofrecidos por el sector; especialmente enfocados a la protección del medio ambiente y mejoramiento del estatus de vida local.
- Conducta responsable de los visitantes.

En conclusión, la idea de promocionar la modalidad de turismo cultural en Guayaquil, tiene consigo grandes aportes que además de estimular actividades de recreación, diversión o entretenimiento, espera integrar también aspectos culturales y sociales para otorgar un turismo de mayor valor agregado a los visitantes.

## **1.5. Objetivos**

### ***1.5.1. Objetivo General***

- Diseñar una ruta turística cultural que estimule el desarrollo socio-económico en la ciudad de Guayaquil.

### ***1.5.2. Objetivos Específicos***

- Identificar las oportunidades y amenazas que existen para el desarrollo del turismo cultural en la ciudad de Guayaquil.
- Identificar las empresas de turismo nacional que promueven rutas culturales en el proceso de promoción de la ciudad de Guayaquil.

- Identificar los principales atractivos turísticos de importancia histórica y cultural, que enmarcan a la ciudad de Guayaquil.
- Definir estrategias de marketing que promuevan el uso de la ruta turística cultural a nivel local, nacional e internacional.

### **1.6. Intencionalidad de la investigación**

Los resultados que se esperan con el desarrollo de este proyecto son los siguientes:

- Determinar la relación de los indicadores económicos respecto al incremento del turismo cultural.
- Elaborar un estado de situación del patrimonio turístico cultural de la ciudad de Guayaquil, incluyendo sus sitios históricos, atractivos culturales y naturales en forma categorizada y jerarquizada.
- Identificar oportunidades y necesidades que se presentan en el sector turístico cultural y el apoyo requerido por parte de Instituciones del Estado.

## **CAPÍTULO 2**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Estado del Arte**

##### **a. Proyecto: El tren del Ecuador**

Según acuerdo ministerial no. 028 expedido el 1 de abril de 2008 se declaró a la Red Ferroviaria del Ecuador, como bien perteneciente al patrimonio cultural ecuatoriano y proyecto simbólico del Gobierno Nacional, así pasó a ser reconocido como “Monumento Civil y Patrimonio Histórico, Testimonial, Simbólico”, teniendo como premisa la recuperación del valor de la red ferroviaria ecuatoriana como medida de contribución para el desarrollo económico local y fortalecimiento de la identidad nacional, así como la unión de los lazos sociales (Patrimonio Turístico , 2008).

Inicialmente, la red ferroviaria en el país no fue planificada con miras al desarrollo de un transporte de la red, sino más bien para aprovechar su potencial turístico; de esta forma, para el desarrollo de dicho potencial, es necesario reunir condiciones específicas que induzcan a los visitantes nacionales o extranjeros a la novedad y la sorpresa concentrado en un espacio seguro, cómodo y familiar para el visitante, para lo cual se vio en la necesidad de identificar los tramos implícitos en los que se encontraba concentrado el mayor número de atractivos turísticos, donde el visitante puede informarse, disfrutar y llevarse consigo una experiencia que escape a su cotidianidad, sin necesidad de recorrer todo el sistema.(Productiva, 2011)

Por otra parte, los actores sociales involucrados en el funcionamiento de este servicio turístico, requieren de un aprendizaje en manejo turístico, así como en gestión patrimonial, para garantizar la utilización equilibrada y sensible de los bienes conservados que, puestos en función económica, se convierten en patrimonio turístico. El patrimonio puede ser parte pasiva o activa del proyecto turístico, así como también puede ser el escenario del proyecto turístico, como sucede, por ejemplo, con las ciudades patrimoniales, situación que en buena parte puede ser aplicada a este proyecto de rescate patrimonial.

De acuerdo al Plan Maestro del Ferrocarril Turístico Patrimonial del Ecuador (Holistica Consultores, 2010), el tren en Ecuador tiene una gran potencialidad como producto turístico,

gracias a una serie de peculiaridades especiales que lo convierten en un caso, casi único, en el panorama de los trenes turísticos. Por una parte, se plantean unos objetivos muy ambiciosos para una red que lleva treinta años sin un mantenimiento efectivo, entre otros aspectos:

- Recuperación patrimonial
- El enfoque turístico
- Creación de un eje social solidario con el ferrocarril y el turismo motores del desarrollo

Estos objetivos van a determinar en gran parte la conceptualización de los productos turísticos asociados al nuevo ferrocarril del Ecuador.

*“La construcción del ferrocarril del Ecuador constituye un símbolo de unidad nacional que ayudó al progreso del país. El precursor de la obra fue el presidente Gabriel García Moreno, quien inició este proyecto después que la Asamblea Constituyente de 1861 autorizó la contratación de empresas nacionales y extranjeras para que se construya la línea férrea”.*(Diario El Universo, 2007)

En la actualidad, el ferrocarril es utilizado como un importante atractivo turístico, el mismo que contempla varios trayectos, entre los que se puede mencionar la ruta **“*Riobamba-Nariz del Diablo*”** en la cual el tren desciende 800 metros en forma de zigzag de una formación rocosa que por su difícil acceso se la denominó de esta manera en mención al demonio, bajada que permite sentir una combinación de climas de las regiones de la sierra y costa. Por otra parte, la ruta **“*Quito-Riobamba*”** atraviesa la famosa “Avenida de los Volcanes” cuyo nombre fue atribuido por el alemán Alexander Von Humboldt; travesía que incluye la observación del volcán Chimborazo de 6.310 metros de altura. En igual forma, la ruta “Quito-Cotopaxi-Quito” permite trasladar a los visitantes al Parque Nacional Cotopaxi, considerado como una de las reservas naturales más importantes del país. Finalmente, el tramo Ibarra-Primer Paso, conduce hasta la cuenca del río Mira a través de túneles construidos con pico y pala, dicho tramo tiene una longitud de 45 kilómetros.(Club Visita Ecuador, 2010)

## Servicios del proyecto “El Tren del Ecuador”

Dentro de los servicios ofrecidos por la Empresa Nacional de Ferrocarriles del Estado, se puede contar con un transporte mixto, el cual incluye traslado de pasajeros, turistas y carga; por tal razón, dichos trenes cuentan con sistemas a diesel y vapor, autocarriles y ferrocarriles que se movilizan por rutas cortas. Actualmente, las rutas que se encuentran operativas son las siguientes:

### ❖ *Ruta Riobamba - Nariz del Diablo - Riobamba*

El horario de atención es a las 07h00am, los días miércoles, viernes y domingos. El transporte se hace con auto ferro partiendo desde la estación de Riobamba cuya dirección es Avenida 10 de agosto y Carabobo (teléfonos 03-2961-909). El valor del pasaje es de \$ 14.20 para el público en general.

### ❖ *Ruta Ibarra - Primer Paso*

El horario de atención es a las 07h00am de lunes a viernes y 08h00am los fines de semana. El trayecto es recorrido con autocarril partiendo desde la estación de Ibarra (teléfonos 06-2950-390). El costo del pasaje es de \$ 3.80 para el público en general.

### ❖ *Ruta San Lorenzo - El Progreso*

Los recorridos se hacen todos los días con ferrocarriles desde la estación San Lorenzo, y cuesta \$ 2.40 el pasaje. Los horarios de salida dependen de la demanda.

### ❖ *Ruta Quito - Cotopaxi - Quito*

Este trayecto tiene una longitud de 50 kilómetros, y básicamente la partida se hace desde la estación de Chimbacalle los días sábados y domingos a las 08h00am, el retorno a Quito (desde la estación de Cotopaxi) es a las 14h00pm y el arribo es a las 17h00. El pasaje tiene un valor de \$ 4.60 para el público en general<sup>6</sup>.

## b. Proyecto: Corredor Turístico Santa Bárbara

El viernes 16 de mayo de 2008, fue inaugurado por la ministra Verónica Sion de Josse, el proyecto “Corredor Turístico Santa Bárbara” el cual incorpora dentro de sus atractivos a tres hermosos cantones de la provincia del Azuay: Gualaceo, Sigsig y Chordeleg. Entre los principales atractivos de la ruta en mención, se pueden destacar las artesanías en joyas, el Museo Comunidad y el Centro de Turismo Comunitario en Chordeleg. Respecto al cantón

<sup>6</sup> Fuente: Viajando Ecuador <http://www.viajandox.com/tren-ferrocarril-ecuador.htm>

Sigsig, sus atractivos son la cueva de los Chobsni, el cerro Fascinan y el Centro de Turismo Comunitario en Jima; por su parte, en Gualaceo es posible encontrar las artesanías, tejidos, el bosque protector de Aguarongo y Collay, el Centro de Turismo Comunitario en San Juan, el centro histórico de Gualaceo, el orquideario Ecuagenera y las riveras de los ríos Santa Bárbara y San Francisco.(Ministerio de Turismo, 2008). La tabla expuesta a continuación tiene como objetivo identificar los atractivos del proyecto Santa Bárbara:

| Descripción del atractivo               | Turismo ecológico | Turismo cultural | Turismo aventura | Evaluación de su unicidad/relevancia |
|---|-------------------|------------------|------------------|--------------------------------------|
| Canotaje y kayak en río Santa Bárbara   | x                 |                  | x                | Mediana                              |
| Pesca deportiva lagunas de Maylas       | x                 |                  | x                | Mediana                              |
| Talleres de Macanas y bordados          |                   | x                |                  | Alta                                 |
| Bosque protector Collay                 | x                 |                  | x                | Baja                                 |
| Bosque de Aguarongo                     | x                 |                  | x                | Baja                                 |
| Tumbas Quintaleras                      |                   | x                |                  | Mediana                              |
| Tres Lagunas                            | x                 |                  | x                | Baja                                 |
| Complejo arqueológico Chobshi-Shabalula |                   | x                |                  | mediana                              |
| Playas de Zhingate                      | x                 |                  |                  | Baja                                 |
| Artesanías de paja toquilla de Sigsig   |                   | x                |                  | Alta                                 |

**Tabla 1. Atractivos del Proyecto Santa Bárbara**

**Elaboración: Autoras**

### **Capacidad de atraer turistas/visitantes del proyecto Santa Bárbara**

El proyecto Santa Bárbara es considerado único e irrepetible, relevante en sus atracciones, con una alta capacidad de atraer turistas/visitantes, debido a la importancia de Cuenca dentro del sistema turístico ecuatoriano.

### **Generación de empleo del proyecto Santa Bárbara**

Como en el caso de la capacidad de atraer turistas/visitantes, la generación de empleo del proyecto Santa Bárbara es función del éxito de Cuenca como destino turístico. Estos criterios permiten definir al turismo cultural como un motor que mueve economías, no sólo porque crea fuentes de trabajo, sino que tiene un efecto dinamizador en la sociedad, generando esa capacidad de emprender nuevos negocios en torno a la actividad turística, puesto que la actividad turística se asocia con las funciones de demanda (turismo receptor, turismo emisor, y turismo doméstico) y oferta (compuesta por bienes y servicios que se ofrecen a los turistas),

los que deben ser estudiados no solo como variables económicas, sino que permitan analizar sus efectos y contribuciones a otras actividades económicas, teniendo incidencia en el empleo y en los ingresos de los agentes involucrados en el turismo.

Además, con estas opiniones, se puede comprender de mejor manera el impacto que genera en un país, la promoción y el valor que se le dé a la cultura del mismo, teniendo presente que la cultura es riqueza, generadora de conocimiento, de empleo, de turismo cultural y por supuesto de divisas.

### **c. Proyecto Guadajoz Parque Cultural (Córdoba- Baena- España)**

Es una estrategia turística impulsada por la Asociación para el Desarrollo del Guadajoz y Campiña Este de Córdoba (ADEGUA) en el contexto de los cinco municipios donde ésta interviene. El objetivo de este proyecto surge como propuesta para posicionar a dicho territorio (Guadajoz) como un punto turístico atractivo para los visitantes que deseen vivir una experiencia única en sus vacaciones. Para el desarrollo de este importante proyecto, se firmó un convenio de colaboración entre ADEGUA, la Mancomunidad del Guadajoz, Campiña Este de Córdoba y los Ayuntamientos de Baena, Castro del Rio, Espejo, Nueva Carteya y Valenzuela. Dicha estrategia se sustenta a través de distintas vías de financiación para ejecutar diversas actuaciones. En el siguiente apartado se explicarán las acciones que se tomarán dentro de este programa para la promoción del turismo sostenible a través del Parque Cultural Guadajoz.

#### **Programa de Turismo Sostenible “GUADAJOZ PARQUE CULTURAL”**

El propósito de este programa es promocionar el turismo cultural y complementarlo con el turismo rural y de naturaleza. El conjunto de estas actuaciones deberían contribuir a crear un destino de turismo temático situado entre los ejes de comunicación Granada-Córdoba y Úbeda - Estepa, donde este territorio ocupa una posición geográfica central. El programa incide en la mejora de la oferta por medio de actuaciones estructurales dirigidas a la creación de nuevo producto, su posicionamiento en términos de competitividad gracias a la organización empresarial por medio de un Club de Producto, el acompañamiento de otras

acciones, junto con la proyección exterior del espacio y el cuidado por la accesibilidad.(ADEGUA, 2010)

El Programa “*Guadajoz Parque Cultural*” se fundamenta en cuatro objetivos específicos:

- Creación de producto turístico o mejora del existente.
- Fortalecimiento de la competitividad del sector turístico local.
- Creación, mantenimiento y mejora del espacio turístico.
- Implantación de sistemas y herramientas de gestión medioambiental.

***TIPO DE ACCIÓN:***

- Creación de centros de interpretación de recursos turísticos.
- Recuperación y puesta en valor turístico del patrimonio monumental.  
Recuperación y puesta en valor de recursos turísticos.
- Construcción y dotación de material de oficina de información turística.
- Creación de nuevos productos.
- Creación, ampliación y mejora de establecimientos turísticos.
- Creación de oferta complementaria.
- Apoyo a la organización de los emprendedores del territorio a expandir su actividad en el sector turístico.
- Establecimiento y mejora de los sistemas de señalización turística.
- Creación y recuperación de miradores paisajísticos.
- Recuperación y tratamiento paisajístico.
- Apoyo a la obtención de certificaciones o distintivos en gestión medioambiental.  
Apoyo a la producción limpia y a la eficiencia energética por parte de las empresas del sector.

***PROYECTOS ESPECÍFICOS:***

Si bien será ante la oportuna convocatoria de ayudas cuando tomen forma definitiva los proyectos específicos a presentar, éstos son los que inicialmente se han valorado:

- Museo Arqueológico Municipal en Nueva Carteya.
- Actualización de contenidos y mejora instalaciones Museo del Olivar y el Aceite de Baena.  
Valorización turística del yacimiento arqueológico de Torreparedones.
- Adecuación Turística Cueva del Yeso.
- Museo Histórico de Baena.
- Museo Arqueológico de Castro del Río.
- Edición de material promocional de la Oficina de Turismo de Espejo  
Centro de Recepción de Visitantes de Castro del Río.
- Producción de material promocional de RRTT de la Mancomunidad del Guadajoz  
Turismo Activo en el Embalse de Vadomojón y Río Guadajoz  
Hotel Municipal de Castro del Río.
- Nueva planta hotelera en Baena.
- Festival de Artesanía ARS OLEA
- Festival del Aceite de Baena  
Fiesta de la Matanza Tradicional de Espejo  
Fiesta Medieval Castillo de Espejo
- Creación del Club de Producto “Guadajoz Parque Cultural”
- Señalización turística e interpretativa: urbana, senderos y Vías Verdes en la Mancomunidad de municipios.
- Adecuación paisajística del Mirador de la Campiña - Calvario en Valenzuela
- Sendero peatonal Vereda del Guadajoz en Castro del Río.
- Apoyo a la obtención de certificación ambiental por parte de las empresas turísticas.  
Apoyo a la implantación de sistemas limpios y eficientes en las empresas del sector turístico<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup>Fuente: ADEGUA, 2010. [http://www.adegua.eu/index.php?option=com\\_content&view=article&id=311&Itemid=255](http://www.adegua.eu/index.php?option=com_content&view=article&id=311&Itemid=255)

## 2.2. Fundamentación Teórica

### *Teorías del Turismo*

Las teorías turísticas parten de tres escuelas principales que explican en que se basa el turismo en sí. A continuación se presentan las teorías en mención:

- ***Según la teoría del Ocio y el tiempo libre*** propuesta por J. Dumazeider, definió al ocio como un “conjunto de ocupaciones a las que el individuo puede dedicarse voluntariamente, sea para descansar o para divertirse, o para desarrollar su información o su formación desinteresada, su voluntaria participación social, o su libre capacidad creadora, cuando se ha liberado de sus obligaciones profesionales, familiares y sociales”(Dumazeider, 1963, p.30). Este concepto de ocio se derivó de una serie de encuestas en las que las categorías de diversión, descanso y desarrollo de la personalidad, aparecían como funciones principales del ocio; de esta manera, Dumazeider compara al ocio con el trabajo, la familia, la política, la religión y la cultura, ya que estas influyen sobre las conductas y estilos de vida (Pestana, 2007).
- ***Teoría humanista del turismo***, propuesta por K. Rogers, sugiere que el turismo es una expresión cultural de los seres humanos, que se relaciona con la sociología, psicología, antropología, derecho y geografía; por tanto el turismo constituye una actividad esencial en la vida de las personas quienes emplean esta actividad en su tiempo libre, convirtiéndolo en un importante promotor de las relaciones humanas, contactos políticos, económicos y culturales. Su principal base parte del derecho que tienen las personas al descanso y disfrute del tiempo libre, derecho de desplazarse con libertad. El turismo supone una relación entre personas; por tal razón, la educación de la población en general son fundamentales para el desarrollo del turismo.

En síntesis, el ***humanismo*** es entendido como una visión o perspectiva filosófica y cultural bajo los siguientes preceptos:

- El hombre vive subjetivamente y por lo tanto es constructor de su propia realidad.

- La racionalidad es limitada; los aspectos no racionales (sentimientos, emociones, cognición intuitiva, etc.) juegan un papel fundamental en nuestro acercamiento a la realidad.
- Cada persona es un sistema de unicidad configurada u orgánica (física, emocional, mental y espiritualmente).
- La naturaleza humana se considera profundamente positiva; cualquier elección que realiza el ser humano expresa su búsqueda de desarrollo y autorrealización.
- El hombre está en continua reestructuración o permanente desarrollo
- El ser humano posee libertad y capacidad de elección.
- El acento para promover el desarrollo ha de estar puesto en la salud, tomando en cuenta las capacidades y potencialidades de la persona y no sólo sus limitaciones.
- La comprensión de la naturaleza humana tendrá que surgir de una visión interdisciplinaria y en continua actualización.
- La búsqueda de una vida social armoniosa entre los seres humanos, se fundamenta en el respeto esencial a la persona.

El ***turismo cultural*** es un proceso social que tiene como elemento distintivo la referencia al conjunto de procesos simbólicos que denominamos *cultura*, así como a sus productos. El concepto de *lo cultural* está fuertemente vinculado a una idea de *patrimonio* entendido este, como el uso o posesión de los bienes producidos como consecuencia de estos procesos *culturales*. El *patrimonio* puede constituir una importante fuente de beneficios para las comunidades involucradas en el proceso de turismo cultural, siempre según los *usos* sociales que estos sectores definan y planteen. Turismo cultural es visitar otra comunidad *portadora de cultura*, esto es, de otro sistema cognitivo-valorativo que implica modos humanos de actuar distintos de los del turista, y donde los sistemas simbólicos son también parte de la experiencia que hace del turismo una experiencia estética (Tomillo, 2000).

- ***Teoría sociológica del turismo***, los primeros trabajos científicos sobre la sociología del turismo los desarrolló Robert Elinc, quien define al turismo como un fenómeno social ligado a las relaciones interpersonales. El turismo es una actividad que se

realiza en sociedad, por tanto promueve la interacción entre los diversos actores que la conforman, abarcando aspectos de la realidad. La parte social del turismo se construye con la interacción de las personas (turista y anfitrión); la integridad del medio natural, cultural y humano es condición fundamental para el desarrollo turístico, siendo una gestión racional del turismo la contribución hacia la protección y mejora del entorno físico y del patrimonio cultural, así como el aumento de la calidad de vida. Tal es el caso de la promoción un plan turístico integrado en la sostenibilidad o “desarrollo duradero”, fomentando el desarrollo de nuevas alternativas de realizar el turismo que favorecen los contactos y la comprensión entre turistas y población local, preservan la identidad cultural y natural, garantizando la cooperación necesaria entre el sector privado y el sector público<sup>8</sup>.

Aunque se conoce que el hombre viaja desde hace muchos siglos, el turismo es un *hecho social* moderno. Actualmente se ha convertido en un turismo de masas que se ha visto favorecido por una subida del nivel económico en la población, tiempo libre disponible y reformas laborales importantes. El comportamiento social de las personas que desempeñan cualquier rol relacionado con el turismo está constituido en cuatro tipos de unidades colectivas: grupos, organizaciones, sociedades y masas.

Es importante definir cuál de estos tipos de turistas se espera atender durante la ejecución del proyecto para en función de ello establecer las estrategias en el plan de marketing con el objetivo de garantizar una experiencia satisfactoria para el turista (Curiel, 2008).

- ***Teoría económica del turismo***, según Manuel Figuerola Palomo, *Teoría económica del turismo* (Alianza Editorial, Madrid, 1985) explica que el turismo “*se origina y se caracteriza por ser una actividad de consumo*”, y añade que “*definir el turismo no es tarea fácil en razón de las diferentes connotaciones que le caracterizan y las variadas consideraciones a que puede ser sometido*”. Los principios de la economía pueden ser aplicados en el sector turístico, por ejemplo, el principal impacto positivo de la actividad turística a nivel macroeconómico es su contribución al crecimiento de las economías donde opera, teniendo una incidencia en el producto interno bruto, permitiendo tasas de crecimiento y de ocupación superiores a las de muchas economías de su entorno. El gasto generado por concepto de turismo es un

---

<sup>8</sup> Fuente: Historia y teoría del turismo. <http://turismohistoria.blogspot.com/>

dinamizador pues provoca incrementos en la producción para satisfacer la mayor demanda; por ello, sería erróneo limitar los efectos beneficiosos que trae consigo el gasto turístico sobre actividades productoras de bienes y servicios al turista, dado la existencia de impactos indirectos que deberían contabilizarse para una valoración completa. El multiplicador básico keynesiano, al estimar la proporción de gasto turístico que permanece en la economía, una vez filtrada las importaciones y el ahorro, permite calcular el potencial efecto de una adicional del gasto (Capo, Riera, & Rossello, 2006). De aquí se entiende que el turismo es una herramienta muy útil de crecimiento socio económico para todos los países si toman las medidas necesarias para conseguir un alto grado de autosuficiencia que le permita no gastar más de lo que se espera recibir del turismo.

Dentro del sector turístico hay variables que se pueden medir como son: los precios, costos, producción de sus servicios, consumo, renta, empleo, salarios, tasas impositivas y otras variables que podrían estar interrelacionadas. Las relaciones se pueden expresar con funciones, ecuaciones, identidades y desigualdades. Las variables que se pueden medir se las conocen con el nombre de magnitud o valor y son capaces de cambiar, crecer o decrecer y se las representa con una letra del alfabeto. También se desarrolla un análisis microeconómico de la oferta y la demanda partiendo de la premisa de que ambas son totales y no individuales. Los cálculos de todas las variables se los realiza utilizando procedimientos matemáticos que ayudan a determinar la situación actual o futura de un país o una empresa que se dedique a la actividad turística (Figuerola, 1995).

- ***El Marketing Turístico***, permite conocer y comprender el mercado, para llegar a conformar una oferta realmente atractiva, competitiva, variada, capaz de obtener clientes dispuestos a consumir el producto y/o servicio y mantener fidelidad al mismo. Implica también estar al tanto de la competencia para conseguir mejor posicionamiento, incrementar o mantener su cuota de mercado y aprender de los mejores desempeños (Serra, 2005).

Dado a que el propósito de esta investigación es promover el *Turismo Cultural en la ciudad de Guayaquil como una alternativa de desarrollo económico*, se puede decir que el trabajo

estará basado en la teoría sociológica del turismo complementado con la teoría económica, ya que al proponer al turismo cultural, se busca la interacción de las personas con la finalidad de crear conciencia respecto a la valoración y rescate del patrimonio cultural guayaquileño, de modo que por medio de esta herramienta, se dinamice la economía de ciertos sectores que anteriormente no contaban con tantas oportunidades, pues carecían de esta interacción entre los visitantes y su comunidad; de aquí que el gasto generado por concepto de turismo ayudará a los sectores objetivos a potenciar sus capacidades, empleando los beneficios obtenidos para el desarrollo social, económico y cultural.

### 2.3. Marco Conceptual

#### *Concepto del Turismo*

##### **Etimología:**

- **Origen latino:** La palabra turismo deriva de los vocablos latinos “*tornus*” y “*tornare*” es decir torno, girar, redondear; mientras que el sufijo “ismo” hace referencia a la acción realizada por un grupo de personas. De esta manera se explica al turismo como “*actividad que realizan las personas que consiste en viajar y que además tienen la intención de retornar a su domicilio actual*”
- **Origen arameo:** El exponente máximo de esta teoría es Arthur Houlot (1961) quien indicó que el término “turismo” no deriva de la lengua latina, sino más bien del arameo antiguo. Según este autor, en este idioma se utilizaba el término Tur para los viajes, la exploración y el traslado de personas. Este vocablo se utiliza por primera vez, cuando Moisés inicia la expedición a las tierras de Canaán. A diferencia, de Fernández Fuster, Houlot piensa que el término Tur (de alguna u otra manera) se posicionó en las lenguas europeas latinas y sajonas de la misma forma.
- **Origen onomástico:** Por su parte, la escuela onomástica considera que el turismo se encuentra vinculado a un apellido de la aristocracia francesa (De la Tour). La prueba a esta hipótesis se encuentra cuando Carlos V en 1516 firma un tratado de relaciones con Inglaterra. Al celebrar dicho convenio, el rey le entrega la exclusividad del transporte comercial a una familia aristócrata llamada De la Tour; esta familia organizó los primeros viajes de comerciantes ingleses al continente, hecho que marcó el principio del turismo como actividad orientada al desplazamiento comercial<sup>9</sup>.

---

<sup>9</sup>Quesada, 2006, p. 75-80

## **Definición de Turismo**

Dada su complejidad, el turismo como materia puede ser estudiado desde diversas perspectivas y disciplinas; a lo largo del tiempo se ha debatido de la definición más acertada, pero la más sobresaliente ha sido la descrita por la Organización Mundial de Turismo (OMT) en 1994, que describe al turismo de la siguiente manera:

*“El turismo comprende actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros”*

De acuerdo a esta definición, se puede deducir que la OMT se basa en motivadores de viaje, como el caso del ocio, negocios y otros; además, deja clara la delimitación de la actividad desarrollada antes y durante el periodo de la estancia pues establece que el turismo se realiza en periodos inferiores a un año. Finalmente, las actividades desarrolladas son “fuera del entorno habitual”, es decir en un lugar distinto al de su residencia; según la OMT (1995) determina que *“el entorno habitual de una persona consiste en una cierta área alrededor de su lugar de residencia más todos aquellos que visita frecuentemente”*. Por otra parte, los elementos más comunes de esta definición son los siguientes:

- Existe un desplazamiento de los turistas fuera de su lugar de residencia.
- La estadía no es permanente, sino más bien temporal.
- El turismo abarca tanto el viaje como las actividades desarrolladas.
- El turismo comprende los servicios y productos creados para satisfacer sus necesidades, indiferentemente de la motivación del viaje<sup>10</sup>.

### ***El Turismo como generador económico***

En el contexto económico, la industria turística se caracteriza por su gran complejidad y los sectores que se ven involucrados en su desarrollo. Efectivamente, los gastos de turistas no sólo están implícitos en el pago del hotel, sino que destinan su ingreso disponible para la adquisición de una gran variedad de servicios y bienes, entre los cuales se pueden mencionar la alimentación, el transporte, entretenimiento, entre otras; aspecto que evidentemente favorece a un incremento de la demanda en el lugar donde se desarrolla la actividad turística.

---

<sup>10</sup> Fuente: Introducción al turismo. <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>

Bajo esta premisa, se conoce como “*efecto multiplicador*” al flujo de divisas que se mueven hacia un lugar específico, pues constituye una fuente de ingresos sumamente importante no sólo para las empresas o personas relacionadas directamente con la actividad turística, sino también al resto de sectores de la economía. En la siguiente figura se presenta una ilustración de esta teoría:

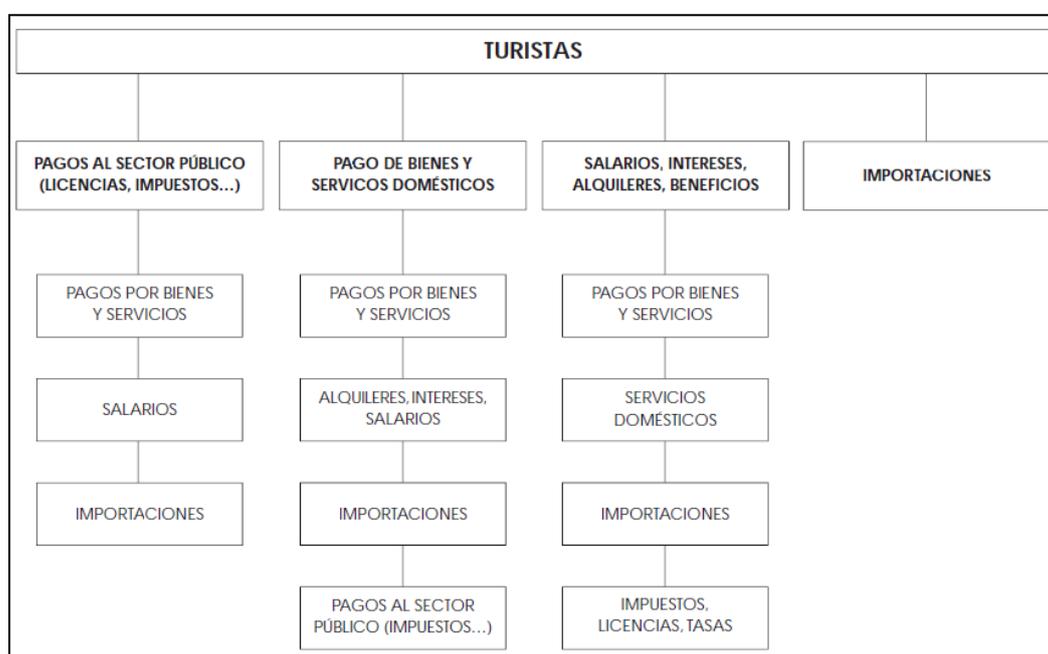


Gráfico 1. Efecto Multiplicador

Fuente: OMT, 2006

## Beneficios económicos del turismo

Entre los beneficios económicos del turismo, se pueden mencionar los siguientes:

- Contribución del turismo al equilibrio de la balanza de pagos,** ya que la actividad turística representa un aumento rápido de divisas. El papel del turismo en la balanza de pagos de un país suele expresarse en términos de ingresos, los mismos que son generados por turistas locales y extranjeros.
- Contribución del turismo al Producto Interno Bruto (PIB),** el significado del gasto turístico en la economía de un país puede ser valorado a través de su contribución en el PIB, realizando el siguiente cálculo: Sustrayendo al gasto turístico nacional e

internacional los bienes y servicios comprados por el sector turístico; por ejemplo, los costos originados para servir a los visitantes.

- c. ***Contribución del turismo en la creación de empleo***, la industria turística en gran medida depende del factor humano, porque está implícita la creación de fuentes de trabajo, de aquí que surgen tres tipos de empleos generados por el turismo: El empleo directo, generado como resultado de los gastos de los visitantes en instalaciones turísticas como hoteles. El empleo indirecto, todavía en el sector turístico, pero no como resultado directo del gasto turístico; y el empleo inducido, creado como resultado del gasto por los residentes debido a los ingresos procedentes del turismo.
  
- d. ***El turismo como motor de la actividad empresarial***, es considerado como motor de la actividad empresarial debido a sus múltiples conexiones con los demás sectores económicos; puesto que un crecimiento de la actividad turística estimula el crecimiento de la demanda de bienes locales y del nivel económico del destino en general. Así mismo, el turismo necesita de la infraestructura propicia para desarrollarse en una localidad, de aquí esta necesidad beneficia a los demás sectores de la economía y la población residente.
  
- e. ***Contribución de la actividad turística al aumento y distribución de la renta***, el turismo ayuda al aumento de la renta en el área donde es desarrollada, pero también mejora su distribución, pues se puede afirmar que el turismo representa una posibilidad de mejora económica en el nivel de la población residente, así como una herramienta que acelera los posibles cambios positivos que puedan darse en el lugar donde se lleve a cabo<sup>11</sup>.

### ***El Marketing Turístico.***

El Marketing Turístico se establece como el instrumento esencial que se ajusta de forma sistemática y coordinada a la política de la industria turística tanto a nivel local, regional, nacional o internacional, para la complacencia óptima de necesidades y deseos de determinados grupos de consumidores, alcanzando un adecuado beneficio a través de las estrategias de comercialización de bienes y servicios turísticos. Bajo esta premisa, se acepta al marketing turístico como el proceso primario de un proyecto turístico a través del plan de

---

<sup>11</sup> Fuente: Beneficios del Turismo. OMT, 2006

mercadotecnia, también conocido como plan de marketing que brinda nuevas perspectivas desde las cuales abordar el enfoque estratégico de *la Gerencia Turística* con vistas a la promoción de destinos turísticos (Tkachuk, 2008).

Para ser capaces de llevar a cabo una planificación estratégica eficaz es necesario que las ciudades donde se desea implementar una actividad turística incluyan prácticas de *citymarketing*, el cual proporciona una mejor orientación de la planificación urbana otorgando una visión estratégica a la gestión municipal, permitiendo a su vez cuantificar y evaluar los recursos disponibles para una correcta toma de decisiones en función de dar respuesta a las necesidades de los ciudadanos; la idea principal es:

- Detectar tendencias.
- Establecer un orden de prioridades de los objetivos y concretar recursos.
- Desarrollar el posicionamiento competitivo de la ciudad<sup>12</sup>.

La necesidad de implementar planes de marketing en la industria turística responde a nuevas demandas y estrategias competitivas basadas en:

- Nuevos desarrollos en los métodos de mercadeo y comercialización turística.
- Desarrollo de los medios de transporte, alojamiento, servicios de alimentos, entretenimiento y recreación y mecanismos receptivos en las comunidades anfitrionas; posición de la competencia.
- Los resultados de los trabajos de investigación científica sobre las actividades turísticas y hoteleras y su planificación.
- Los nuevos desarrollos en los conceptos de desarrollo sustentable; globalización; economía, gerencia y valoración ambiental, los cuales ejercen una marcada influencia en la formulación de proyectos turísticos y hoteleros.
- La evolución del comercio a nivel nacional e internacional y su incidencia en las operaciones turísticas y hoteleras.

El Plan de Marketing Turístico debe tener como objetivo definir las ofertas del producto turístico actual que se constituye sobre el territorio. De esta forma, existirán desorientaciones:

---

<sup>12</sup> Fuente: City Marketing Consulting

una estratégica y de largo plazo, que define lo que se va a promover desde el perfil operativo, y otra de más de corto plazo, que establece las acciones a llevar a cabo para aumentar la captación de turistas, por tal razón estas estrategias abarcan 4 ejes de análisis:

- **Estrategia de producto**, tanto a nivel general del territorio como en términos específicos hacia las distintas líneas de turismo especializado.
- **Estrategia de mercados nacionales e internacionales**, definiendo los diferentes públicos objetivo.
- **Formulación de Posicionamiento deseado en los mercados**, convirtiéndose en el instrumento técnico principal para el diseño de la marca turística
- **Balance del trade turístico**, permitiendo implementar las estrategias comunicacionales y publicitarias a fin de que el producto llegue al consumidor satisfactoriamente<sup>13</sup>.

De esta forma las estrategias de marketing utilizadas en este trabajo de investigación respecto a la planificación y desarrollo del turismo cultural en la ciudad de Guayaquil se definen a través de las estrategias de Producto y Plaza, que serán explicadas a continuación:

- **Producto:** Ruta Turística Cultural Gastronómica
- **Plaza:** Ciudad de Guayaquil, canal de distribución directa entre anfitriones y los turistas tanto nacionales como extranjeros.

### **Concepto Producto Turístico**

A continuación se presentan tres definiciones de producto turístico según los autores “Cárdenas y Valls”:

- Según Valls (1996:196-197), el concepto de producto turístico parte de la definición que la ciencia económica da del producto genérico, pero adquiere una serie de matices propios, sin los cuales sería imposible el desarrollo de las experiencias que busca el turista fuera del lugar de residencia y de trabajo habitual. El producto turístico “*se presenta como un conglomerado, una amalgama, una constelación de elementos tangibles e intangibles en particular. Entre los elementos tangibles se hallan los*

---

<sup>13</sup>Ries y Trout, citados en “Dirección de Marketing”, Kotler P., 2001, p. 298.

*bienes, los recursos, las infraestructuras y los equipamientos, entre los intangibles, se cuentan los servicios, la gestión, la imagen de marca y el precio”.*

- Según Cárdenas (1986:15), define al producto turístico como *“el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado para un confort espiritual o material en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista”.*
- Según Cárdenas (1986:13), *“los componentes del producto turístico son tres: Producto turístico = atractivos + facilidades + accesibilidad”.*

En conclusión, se puede decir que el producto turístico es un conjunto bienes o servicios que se ofrecen en las localidades donde se realiza la actividad turística, los cuales pueden ser tangibles, como en el caso de los hoteles o restaurantes, e intangibles que corresponde al servicio en sí que se ofrecen en dichas instalaciones ligado más al nivel de satisfacción de los turistas. A estas definiciones, vale la pena mencionar los niveles de producto sugeridos por Kotler (2004): el genérico, el esperado y el mejorado. El producto genérico hace referencia a aquel destinado a satisfacer la necesidad más básica del cliente. El producto esperado representa las expectativas y necesidades que el cliente tiene sobre el mismo; y finalmente el producto mejorado incluye los beneficios sobre ambos productos (genéricos y esperados) con el objetivo de crear un factor diferenciador entre la competencia.(González, s.f.)

Lo más importante en la decisión de un turista es que previamente a la elección de un producto o servicio se realice un proceso de información donde las características implícitas de los productos sean suficientes y adecuadas para la realización del análisis por parte del turista, constatando que esa información sea real cuando se está realizando el viaje.

Los servicios y productos del sector turístico presentan algunas características diferentes a los productos del sector industrial, los cuales deben ser tenidos en cuenta a la hora de su comercialización. Algunas características son:

- ✓ El servicio turístico es intangible.
- ✓ La experiencia turística no se puede transferir.
- ✓ El servicio no puede probarse, por tanto corre el riesgo de clientes insatisfechos.
- ✓ El producto no vendido, se ha perdido.

- ✓ El servicio produce un derecho de uso sin transferir la propiedad (Pérez, Vásquez, & Alvarez, s.f.).

### ***Tipos de Turismo.***

#### **De acuerdo a la actividad que se va a desarrollar:**

- De descanso o Sol y Playa
- Deportivo: Tradicional, pasivo-alternativo, de aventura
- Termal
- Sol y Nieve

#### **Por afinidad:**

- Científico
- De Negocios: Congresos, familiarización, de incentivo,

#### **Social:**

- Tercera edad
- Juvenil
- Familiar

#### **Cultural:**

- Histórico
- Étnico-folklore
- Religioso
- De formación
- De acontecimientos singulares
- Lúdico-festivo
- Literario, Gastronómico
- Industrial
- De compras

#### **Aventura Ecológico:**

- De montaña
- Verde
- Fluvial

#### **Rural:**

- Agroturismo
- Residencial

### ***Turismo Cultural***

El turismo cultural es una perspectiva económica atractiva para la mayoría de los gobiernos, que implica un interés en su patrimonio, sus tradiciones y en los recursos de sus países, tanto naturales como artificiales. Incluso, puede llevar a una mejora de la imagen y de las relaciones internacionales de un país, lo cual siempre es una prioridad para sus órganos políticos. El hecho de considerar el turismo cultural como cultura patrimonial y contemporánea, resalta la doble dimensión que la cultura tiene hoy en día, tanto como fuente de reserva de la memoria colectiva y de la identidad de una sociedad, como fuente de riqueza y de generación de actividades económicas (Herrero et al, 2004:27)

El turismo cultural puede cumplir un papel estimulador para revalorizar, afirmar y recuperar los elementos culturales que caracterizan e identifican a cada comunidad ante un mundo globalizado. Y particularmente, el reforzamiento de la identidad cultural a través del turismo, puede actuar como una fuerza inhibidora de los “*efectos homogeneizadores*” de este fenómeno. Asimismo, puede contribuir a generar una toma de conciencia con relación a la preservación del patrimonio, tanto tangible como intangible, comprendiendo que éste es la herencia que lo distingue y le otorga individualidad.

### **Factores positivos del Turismo Cultural**

De acuerdo a la autora De Juan (2006), los factores positivos del turismo cultural son los siguientes:

- Revitaliza el interés de los habitantes por su cultura, expresada a través de sus costumbres, artesanías, folklore, fiestas, gastronomía, tradiciones, así como en la protección del patrimonio arquitectónico y artístico.
- Otorga un valor añadido o de diferenciación en los destinos turísticos ya desarrollados o maduros.
- Contribuye a atenuar o romper la estacionalidad en destinos cuya oferta principal se basa en productos de marcada estacionalidad (ej. Destinos de sol y playa)
- Ofrece posibilidades para el desarrollo de pequeñas localidades o comunidades rurales que, ante el emerger de las nuevas demandas turísticas, encuentran en el turismo cultural una oportunidad de desarrollo y diversificación de sus economías.
- Fortalece el desarrollo de políticas y programas conjuntos entre el sector turístico y cultural.

- Genera recursos para el patrimonio, protección y mejora de los sitios de patrimonio.
- Brinda el marco ideal para la promoción de productos y artesanías locales.
- Recupera “viejos recursos para nuevos turismos”- en la expresión de Millán Escriche (2001)- puesto que a través de la puesta en valor de recursos del patrimonio tangible e intangible se recupera la herencia de los antepasados, y se lo integra a proyectos de desarrollo local a través del turismo<sup>14</sup>.

|                                       |                                     |
|---------------------------------------|-------------------------------------|
| <b>1. Patrimonio</b>                  | Yacimientos arqueológicos           |
|                                       | Monumentos                          |
|                                       | Arquitectura                        |
|                                       | Museos                              |
|                                       | Lugares religiosos                  |
| <b>2. Turismo Artístico</b>           | Visitas al teatro                   |
|                                       | Conciertos                          |
|                                       | Galerías                            |
|                                       | Festivales, carnavales y eventos    |
|                                       | Lugares literarios                  |
| <b>3. Turismo Creativo</b>            | Fotografía                          |
|                                       | Pintura                             |
|                                       | Cerámica, Gastronomía               |
|                                       | Artesanía                           |
|                                       | Aprendizaje de idiomas              |
| <b>4. Turismo de Cultura Urbana</b>   | Ciudades históricas                 |
|                                       | Ciudades industriales rehabilitadas |
|                                       | Atracciones de arte y patrimonio    |
|                                       | Vida nocturna                       |
| <b>5. Turismo de Cultura Rural</b>    | Pueblo, granja o turismo agrícola   |
|                                       | Eco museos                          |
|                                       | Paisajes culturales                 |
|                                       | Parques Nacionales                  |
| <b>6. Turismo de Cultura Indígena</b> | Ecoturismo (montes, montañas, etc)  |
|                                       | Visitas a centros culturales        |
|                                       | Arte y artesanía                    |
|                                       | Representaciones culturales         |
|                                       | Festivales                          |
| <b>7. Turismo de Cultura Popular</b>  | Parques temáticos y de atracciones  |
|                                       | Centros comerciales                 |
|                                       | Conciertos pop                      |
|                                       | Eventos deportivos                  |
|                                       | Exteriores de TV y cine             |
|                                       | Lugares de patrimonio industrial    |
|                                       | Museos de moda y diseño             |

**Tabla 2. Tipos de recursos del turismo cultural**

**Elaboración: Autoras**

<sup>14</sup> De Juan, C. (2006). Temas de turismo: Manual para la preparación del certificado Superior de Español del Turismo de la Cámara de Comercio de Madrid. Madrid: Editorial Edinumen.

## Componentes del producto del Turismo Cultural

Se considera el producto del turismo cultural desde la perspectiva de la oferta y desde el punto de vista de la demanda. Desde la perspectiva de la oferta, el producto del turismo cultural está más asociado con componentes tangibles (turismo patrimonial, infraestructura, y equipamiento), mientras que desde el punto de vista de la demanda, está más relacionado con componentes intangibles (elementos que pueden ser creados, extendidos o desarrollados más ampliamente).

- **Turismo Patrimonial:** Recursos físicos que ya existen y que no pueden ser duplicados de manera natural. (Museos, catedrales, etc.)
- **Infraestructura:** Representa todas las formas de construcción sobre o bajo el suelo que necesita una zona habitada para su comunicación con el exterior. (Aeropuertos, Puertos, etc.)
- **Equipamiento:** Normalmente es una actividad del sector privado que genera beneficios en el destino. (el alojamiento, la restauración, etc.)

Por otro lado, las diferentes percepciones del visitante sobre su experiencia turística, las expectativas que tenga creadas del producto turístico, la imagen, la hospitalidad, la cortesía, el calor humano, la atención, el sentimiento, entre otros muchos, constituyen ejemplos de componentes intangibles<sup>15</sup>.

### ***Turismo Cultural en Guayaquil: Iconos representativos.***

Guayaquil, la capital de la provincia del guayas, es la ciudad más grande y poblada de Ecuador. Ubicada en la costa del pacífico, posee un clima tropical, y es conocida como la perla del pacífico. Es el puerto principal del Ecuador, por lo tanto de magna importancia económica para el país. La ciudad lleva el nombre de un jefe indígena huancavilca “guayas” y de su esposa “quil”. Ambos prefirieron morir antes de rendirse ante los españoles, según la historia. Entre los principales atractivos de la ciudad se pueden mencionar:

*Malecón Simón Bolívar, Barrio “Las Peñas”, La Torre Del Reloj, Centro Cívico, Parque Centenario, Parque Seminario, Parque Forestal, El Fuerte De La Planchada, El Monumento*

---

<sup>15</sup>Morante, I. (2008). Propuesta de Creación de un producto turístico cultural en la ciudad de Guayaquil con el fin de diversificar la oferta turística del destino. Guayaquil: ESPOL. Recuperado de: [http://www.cib.espol.edu.ec/Digipath/D\\_Tesis\\_PDF/D-38416.pdf](http://www.cib.espol.edu.ec/Digipath/D_Tesis_PDF/D-38416.pdf)

*De Guayas y Quil, El Palacio Municipal, El Palacio De La Gobernación, La Plaza Sucre, La Plaza Rocafuerte, El Planetario, El Estadio Isidro Romero, Hipódromo Buijó, Parque Histórico De Guayaquil, Jardín Botánico, Área Protegida “Cerro Blanco”, Manglares De Puerto Hondo; Iglesias: La Catedral, La Merced, Santo Domingo; Museos: Museo De La Casa De La Cultura, Museo Del Banco Del Pacífico.*

En la presente investigación se demostrará que la creación de una ruta turística forma parte del desarrollo socioeconómico del país en la ciudad de Guayaquil, siendo este su objetivo principal.

#### 2.4. Marco Demográfico

|                              |                                   |
|------------------------------|-----------------------------------|
| <b>IDIOMA:</b>               | Castellano                        |
| <b>PAIS:</b>                 | Ecuador                           |
| <b>PROVINCIA:</b>            | Guayas                            |
| <b>CANTON:</b>               | Guayaquil                         |
| <b>ALCALDE:</b>              | Ab. Jaime Nebot Saadi             |
| <b>SUPERFICIE TOTAL:</b>     | 344.5 km <sup>2</sup>             |
| <b>POBLACION:</b>            | 2.350.915 habitantes (INEC, 2010) |
| <b>DENSIDAD POBLACIONAL:</b> | 7.227 habitantes/km <sup>2</sup>  |

**Tabla 3. Aspectos demográficos de la ciudad de Guayaquil**

Elaboración: Autoras

| <b>ESTRUCTURA POBLACIONAL</b>   | <b>Hombre</b>    | <b>Mujer</b>     | <b>Total</b>     |
|---------------------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>GUAYAQUIL</b>                | 1.127.137        | 1.164.021        | 2.291.158        |
| <b>JUAN GOMEZ RENDON (PROGR</b> | 6.134            | 5.763            | 11.897           |
| <b>MORRO</b>                    | 2.701            | 2.318            | 5.019            |
| <b>POSORJA</b>                  | 12.269           | 11.867           | 24.136           |
| <b>PUNA</b>                     | 3.640            | 3.129            | 6.769            |
| <b>TENGUEL</b>                  | 6.340            | 5.596            | 11.936           |
| <b>Total</b>                    | <b>1.158.221</b> | <b>1.192.694</b> | <b>2.350.915</b> |

**Tabla 4. Estructura poblacional de la ciudad de Guayaquil**

Elaboración: Autoras

## 2.5. Marco Geográfico

La ciudad de Guayaquil está ubicada en la región litoral o costa de Ecuador, con cercanía al Océano Pacífico por medio del Golfo de Guayaquil. Localizada en el margen derecho del río Guayas, bordea al oeste con el Estero Salado y los cerros Azul y Blanco. Por el sur con el estuario de la Puntilla de Guayaquil que llega hasta la isla Puná<sup>16</sup>.

El cantón Guayaquil está ubicado en la parte noroeste de América del Sur, con pocas elevaciones y alejada de la Cordillera de los Andes. El poco relieve de la ciudad y del cantón está formado por cerros que atraviesan la ciudad y luego se unen a un sistema montañoso menor llamado "*Chongón-Colonche*" al oeste de la ciudad. La red fluvial del Guayas cerca a Guayaquil por el este, mientras que es atravesada y cercada al oeste por el Estero Salado. Tiene fácil acceso al océano Pacífico por medio del Golfo de Guayaquil.

|                                       |   |                              |
|---------------------------------------|---|------------------------------|
| <i>Noroeste: Lomas de Sargentillo</i> | <i>Norte: Nobol, Daule</i>  | <i>Noreste: Samborondón</i>  |
| <i>Oeste: P. de Santa Elena</i>       |  | <i>Este: Durán, Naranjal</i> |
| <i>Suroeste General Villamil</i>      | <i>Sur: Golfo de Guayaquil</i>  | <i>Sureste: Balao</i>        |

**Tabla 5. Límites de la ciudad de Guayaquil**

**Elaboración: Autoras**

### *Turistas que visitaron Guayaquil.*

Durante el 2010 ingresaron 280.686 extranjeros a la ciudad de Guayaquil por vía aérea procedentes en su mayoría del continente americano, Estados Unidos, Colombia y Perú contabilizaron el mayor número de arribos. También llegaron visitantes de Europa, siendo España, Alemania y Reino Unido los países de origen de la mayoría de los turistas. Fue el segundo destino más visitado siendo superado sólo por la ciudad de Quito que tuvo 461.484

<sup>16</sup> Fuente: M.I. Municipio de Guayaquil, 2012

arribos. Por vía marítima Guayaquil fue la ciudad que recibió el mayor número de visitas de turistas extranjeros llegando a la cifra de 1.349 durante el 2010. No figura entre los datos de entradas al país por vía terrestre por no encontrarse en los límites del país. Según datos de la Jefatura de Guayaquil, Huaquillas y Tulcán los meses en que existió mayor afluencia de extranjeros fueron julio y diciembre del 2010.

| ENTRADAS DE EXTRANJEROS AL ECUADOR SEGÚN MEDIOS DE TRANSPORTE UTILIZADO Y JEFATURAS DE MIGRACIÓN<br>AÑOS: 2006-2010 |                |                |                  |                |                  |
|---|----------------|----------------|------------------|----------------|------------------|
|   | 2006           | 2007           | 2008*            | 2009           | 2010             |
| <b>AÉREO</b>  | <b>557.239</b> | <b>639.258</b> | <b>713.885</b>   | <b>698.962</b> | <b>749.656</b>   |
| Quito   | 359.062        | 416.479        | 464.923          | 446.016        | 461.484          |
| Guayaquil   | 197.083        | 219.023        | 244.168          | 249.755        | 280.686          |
| Tulcán  | 1.004          | 3.408          | 1.955            |                |                  |
| Manta   | 80             | 348            | 552              | 346            | 230              |
| Esmeraldas  |                |                | 2.287            | 2.811          | 7.234            |
| Latacunga 1/  |                |                |                  | 34             | 22               |
| <b>MARÍTIMO</b>   | <b>4.133</b>   | <b>6.803</b>   | <b>9.705</b>     | <b>8.085</b>   | <b>8.400</b>     |
| Guayaquil   | 629            | 1.578          | 1.233            | 1.176          | 1.349            |
| Machala (Pto. Bolívar)  | 61             | 211            | 285              | 387            | 375              |
| Esmeraldas  | 793            | 805            | 1575             | 634            | 589              |
| Salinas   | 144            | 134            | 254              | 266            | 357              |
| Manta   | 2.506          | 2.423          | 4.110            | 4.321          | 4.114            |
| San Lorenzo   |                | 1.652          | 1.752            | 564            | 875              |
| San Cristóbal   |                |                | 359              | 587            | 650              |
| Santa Cruz  |                |                | 137              | 150            | 91               |
| <b>TERRESTRE</b>  | <b>279.183</b> | <b>291.426</b> | <b>281.707</b>   | <b>261.452</b> | <b>289.042</b>   |
| Tulcán  | 123.549        | 128.572        | 125.161          | 100.440        | 120.234          |
| Huaquillas (El Oro)   | 134.883        | 145.371        | 140.886          | 143.959        | 150.116          |
| Macará  | 17.413         | 14.836         | 13.456           | 14.240         | 14.894           |
| Lago Agrio (Sucumbios)  | 3.338          | 2.647          | 2.204            | 2.684          | 3.781            |
| Ibarra  |                |                |                  |                |                  |
| Nuevo Rocafuerte 1/   |                |                |                  | 117            | 15               |
| La Balsa 1/   |                |                |                  | 12             | 2                |
| <b>TOTAL</b>  | <b>840.555</b> | <b>937.487</b> | <b>1.005.297</b> | <b>968.499</b> | <b>1.047.098</b> |

**Tabla 6. Entrada de Extranjeros a la ciudad de Guayaquil**

**Fuente: Boletín de Estadísticas Turísticas**

**Elaboración: Ministerio de Turismo**

| TRÁFICO AÉREO DOMÉSTICO REGULAR<br>PASAJEROS TRANSPORTADOS POR ORIGEN Y DESTINO<br>AÑO: 2010 |                |                |                |               |                  |               |               |              |            |                |              |                  |               |                  |
|--|----------------|----------------|----------------|---------------|------------------|---------------|---------------|--------------|------------|----------------|--------------|------------------|---------------|------------------|
| PASAJEROS TRANSPORTADOS POR LAS PRINCIPALES RUTAS DEL PAÍS-VIA AÉREA-                        |                |                |                |               |                  |               |               |              |            |                |              |                  |               |                  |
| CIUDADES<br>DESDE / HACIA  | BALTRA         | CÓCA           | CUENCA         | ESMERALDAS    | GUAYAQUIL        | LAGO<br>AGRIO | LOJA          | MACAS        | MACHALA    | MANTA          | PORTOVIEJO   | QUITO            | SANTA<br>ROSA | SAN<br>CRISTÓBAL |
| Baltra   |                |                |                |               | 70.866           |               |               |              |            |                |              | 88.550           |               |                  |
| Coca   |                |                |                |               |                  |               |               |              |            |                |              | 125.029          |               |                  |
| Cuenca   |                |                |                |               | 89.527           |               |               |              |            |                |              | 210.033          |               |                  |
| Esmeraldas   |                |                |                |               | 4.380            |               |               |              |            |                |              | 53.078           |               |                  |
| Guayaquil  | 70.335         |                | 88.525         | 5.961         |                  |               | 10.830        |              |            |                |              | 823.040          | 85            | 23.248           |
| Lago Agrio   |                |                |                |               |                  |               |               |              |            |                |              | 39.580           |               |                  |
| Loja   |                |                |                |               | 10.787           |               |               |              |            |                |              | 74.911           |               |                  |
| Macas  |                |                |                |               |                  |               |               |              |            |                |              | 4.873            |               |                  |
| Machala  |                |                |                |               |                  |               |               |              |            |                |              | 303              |               |                  |
| Manta  |                |                |                |               |                  |               |               |              |            |                |              | 138.748          |               |                  |
| Portoviejo   |                |                |                |               |                  |               |               |              |            |                |              | 3.882            |               |                  |
| Quito  | 80.377         | 122.068        | 210.741        | 53.119        | 846.106          | 36.148        | 78.486        | 4.951        | 288        | 139.463        | 3.639        |                  | 23.057        | 27.044           |
| Santa Rosa   |                |                |                |               | 52               |               |               |              |            |                |              | 22.293           |               |                  |
| San Cristóbal  |                |                |                |               | 24.684           |               |               |              |            |                |              | 24.151           |               |                  |
| Tulcan   |                |                |                |               |                  |               |               |              |            |                |              |                  |               |                  |
| <b>TOTAL</b>   | <b>160.712</b> | <b>122.068</b> | <b>299.266</b> | <b>58.980</b> | <b>1.046.362</b> | <b>36.148</b> | <b>89.316</b> | <b>4.951</b> | <b>288</b> | <b>139.463</b> | <b>3.639</b> | <b>1.608.472</b> | <b>23.142</b> | <b>50.292</b>    |

**Tabla 7. Turismo Interno a la ciudad de Guayaquil**

**Fuente: Boletín de Estadísticas Turísticas**

**Elaboración: Ministerio de Turismo**

Durante el 2010, 1'046.362 pasajeros fueron transportados vía aérea hacia Guayaquil desde algún otro punto del país, convirtiéndose en el segundo destino con mayores visitas después de Quito.

## 2.6. Marco Legal

Para el desarrollo de la investigación se fundamentará en la Ley de Patrimonio Cultural, Codificación 27, Registro Oficial Suplemento 465 del 19 de Noviembre del 2004.

Art. 1.- Mediante Decreto No. 2600 de 9 de junio de 1978, publicado en el Registro Oficial No. 618 de 29 de los mismos mes y año, se creó el Instituto de Patrimonio Cultural con personería jurídica, adscrito a la Casa de la Cultura Ecuatoriana, que reemplaza a la Dirección de Patrimonio Artístico y se financiará con los recursos que anualmente constarán en el Presupuesto del Gobierno Nacional, a través del Capítulo correspondiente al Ministerio de Educación y Cultura.

### ***Bienes declarados como patrimonio cultural***

Art. 7.- Declárense bienes pertenecientes al Patrimonio Cultural del Estado los comprendidos en las siguientes categorías:

- a) Los monumentos arqueológicos muebles e inmuebles, tales como: objetos de cerámica, metal, piedra o cualquier otro material pertenecientes a la época prehispánica y colonial; ruinas de fortificaciones, edificaciones, cementerios y yacimientos arqueológicos en general; así como restos humanos, de la flora y de la fauna, relacionados con las mismas épocas;
- b) Los templos, conventos, capillas y otros edificios que hubieren sido construidos durante la Colonia; las pinturas, esculturas, tallas, objetos de orfebrería, cerámica, etc., pertenecientes a la misma época;
- c) Los manuscritos antiguos e incunables, ediciones raras de libros, mapas y otros documentos importantes;
- d) Los objetos y documentos que pertenecieron o se relacionan con los precursores y próceres de la Independencia Nacional o de los personajes de singular relevancia en la Historia ecuatoriana;
- e) Las monedas, billetes, señas, medallas y todos los demás objetos realizados dentro o fuera del país y en cualquier época de su Historia, que sean de interés numismático nacional;
- f) Los sellos, estampillas y todos los demás objetos de interés filatélico nacional, hayan sido producidas en el país o fuera de él y en cualquier época;
- g) Los objetos etnográficos que tengan valor científico, histórico o artístico, pertenecientes al Patrimonio Etnográfico;
- h) Los objetos o bienes culturales producidos por artistas contemporáneos laureados serán considerados bienes pertenecientes al Patrimonio Cultural de la Nación a partir

del momento de su defunción y en vida, los que han sido objeto de premiación nacional; así como los que tengan treinta años o más de haber sido ejecutados;

i) Las obras de la naturaleza, cuyas características o valores hayan sido resaltados por la intervención del hombre o que tengan interés científico para el estudio de la flora, la fauna y la paleontología;

j) En general, todo objeto y producción que no conste en los literales anteriores y que sean producto del Patrimonio Cultural de la Nación tanto del pasado como del presente y que por su mérito artístico, científico o histórico que hayan sido declarados bienes pertenecientes al Patrimonio Cultural por el Instituto sea que se encuentren en el poder del Estado, de las Instituciones religiosas o pertenezcan a sociedades o personas particulares<sup>17</sup>.

## 2.7. Hipótesis

- El diseño de una ruta turística cultural como un atractivo para los visitantes nacionales y extranjeros de la ciudad de Guayaquil contribuirá con el desarrollo económico y social de este sector.

### *Anticipaciones Hipotéticas*

- Existe interés en los visitantes nacionales y extranjeros para conocer la cultura guayaquileña
- El desarrollo turístico de la ciudad será capaz de crear un ambiente de valoración y compromiso en la comunidad.
- La promoción de la ruta turística generará fuentes de empleo directas e indirectas en las localidades establecidas en el diseño.

---

<sup>17</sup>Fuente: [http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/ecuador/ec\\_codificacion\\_27\\_ley\\_de\\_patrimonio\\_cultural\\_spaorof.pdf](http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/ecuador/ec_codificacion_27_ley_de_patrimonio_cultural_spaorof.pdf)

## 2.8. Variables

| <b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b>   | <b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>  |
|---|--|
| <b>Falta de oportunidades y planificación socio-económica.</b>  | Escaso desarrollo Económico y Social                                 |
| <b>Poca concienciación de la ciudadanía respecto al patrimonio cultural.</b>  | Falta de un ambiente de valoración y compromiso                      |
| <b>Planes de promoción del turismo cultural sin objetivos de posicionamiento de Ciudad.</b>   | Poca promoción del turismo en la ciudad de Guayaquil                 |
| <b>Desinterés de las personas por conocer la Cultura de Guayaquil.<br/>Inexistencia de recursos económicos para la promoción cultural de Guayaquil.</b> | Inexistencia de una Ruta Cultural definida en la Ciudad de Guayaquil |

Tabla 8. Variables Dependientes e Independientes

Elaboración: Autoras

## 2.9. Indicadores

| <b>HIPOTESIS</b>  | <b>INDICADOR</b>   |
|---|--|
| La implementación de una ruta turística cultural tiene un impacto positivo en la ciudad de Guayaquil, ya que promueve el desarrollo económico y social de este sector | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Número de establecimientos abiertos a raíz de la implementación de la Ruta Turística.</li> <li>2. Número de localidades existentes a través de la ruta turística.</li> <li>3. Ingresos generados a los comerciantes por las visitas de los turistas a la ruta.</li> <li>4. Beneficios netos obtenidos por la implementación de la Ruta Turística.</li> </ol> |

Tabla 9. Indicadores

Elaboración: Autoras

### CAPÍTULO 3

## METODOLOGÍA

Los tipos de estudio que se utilicen dependen del estado del conocimiento en el tema de investigación y del enfoque que se le quiera dar al estudio. Para tener una idea más clara acerca de los tipos de estudio que se utilizan en investigación se dará una breve descripción de cada una de ellas.

- ***Estudio Exploratorio:*** El primer nivel de conocimiento científico sobre un problema de investigación se logra a través de estudios de tipo exploratorio; tienen por objetivo, la formulación de un problema para posibilitar una investigación más precisa o el desarrollo de una hipótesis. Permite al investigador formular hipótesis de primero y segundo grados. Los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes (Parra, 2006).

Se utilizará este estudio debido a que el desarrollo de esta investigación parte en primera instancia de un problema, con la finalidad de comprobar una hipótesis previamente planteada. Además, por ser un tema que carece de pocas fuentes de información o investigaciones previas similares, se considera como inédito y por ende, se debe realizar un levantamiento de información para obtener los resultados deseados.

- ***Estudio Descriptivo:*** Sirven para analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes. Permiten detallar el fenómeno estudiado básicamente a través de la medición de uno o más de sus atributos. El conocimiento será de mayor profundidad que el exploratorio, el propósito de este es la delimitación de los hechos que conforman el problema de investigación (Parra, 2006).
- ***Estudio Explicativo:*** Buscan encontrar las razones o causas que ocasionan ciertos fenómenos. Los estudios de este tipo implican esfuerzos del investigador y una gran capacidad de análisis, síntesis e interpretación. Están orientados a la comprobación de hipótesis causales de tercer grado; esto es, identificación y análisis de las causales

(variables independientes) y sus resultados, los que se expresan en hechos verificables (variables dependientes) (Parra, 2006).

Se utilizará este estudio debido a que este proyecto necesita conocer las razones de los problemas existentes que limitan el desarrollo de la investigación.

### **Diseño de Estudio**

- **Investigación de Campo,** Para esta investigación el escenario donde se levantará la información será la ciudad de Guayaquil, utilizando datos de instituciones relacionadas con el turismo cultural como Cámara de Turismo, Ministerio de Turismo y entidades a fines.

Es importante destacar que la investigación de campo se vale de distintos tipos de técnicas e instrumentos para la recolección de los datos:

- Entrevista
- Encuesta

### **3.1 Universo Muestral**

El proyecto se realizará en la ciudad de Guayaquil y se espera recibir visitantes del resto del país que se sientan atraídos por la propuesta de la implementación de la Ruta Turística Cultural-Gastronómica en la ciudad. Para determinar la población se ha considerado el dato proporcionado por el Ministerio de Turismo sobre el número de personas que llegó a la ciudad en el 2010 por vía aérea que fue de 1'046.362. A esta cifra se le agregó la población de la ciudad, pero considerando solamente a los mayores de edad, a quienes se les direccionará la encuesta.

| Rango de edad    | 2001             | %             | 2010             | %             |
|------------------|------------------|---------------|------------------|---------------|
| De 95 y más años | 9.743            | 0,3%          | 2.281            | 0,1%          |
| De 90 a 94 años  | 11.995           | 0,4%          | 5.712            | 0,2%          |
| De 85 a 89 años  | 17.350           | 0,5%          | 13.655           | 0,4%          |
| De 80 a 84 años  | 25.477           | 0,8%          | 25.924           | 0,7%          |
| De 75 a 79 años  | 37.182           | 1,1%          | 37.219           | 1,0%          |
| De 70 a 74 años  | 51.412           | 1,6%          | 53.901           | 1,5%          |
| De 65 a 69 años  | 64.386           | 1,9%          | 75.447           | 2,1%          |
| De 60 a 64 años  | 75.610           | 2,3%          | 99.990           | 2,7%          |
| De 55 a 59 años  | 91.994           | 2,8%          | 138.010          | 3,8%          |
| De 50 a 54 años  | 130.270          | 3,9%          | 166.684          | 4,6%          |
| De 45 a 49 años  | 341.476          | 10,3%         | 204.345          | 5,6%          |
| De 40 a 44 años  | 158.124          | 4,8%          | 220.145          | 6,0%          |
| De 35 a 39 años  | 200.728          | 6,1%          | 249.779          | 6,9%          |
| De 30 a 34 años  | 229.555          | 6,9%          | 289.594          | 7,9%          |
| De 25 a 29 años  | 255.593          | 7,7%          | 307.034          | 8,4%          |
| De 20 a 24 años  | 276.926          | 8,4%          | 321.308          | 8,8%          |
| De 15 a 19 años  | 336.609          | 10,2%         | 338.370          | 9,3%          |
| De 10 a 14 años  | 321.456          | 9,7%          | 373.511          | 10,2%         |
| De 5 a 9 años    | 332.561          | 10,1%         | 362.896          | 10,0%         |
| De 0 a 4 años    | 340.587          | 10,3%         | 359.678          | 9,9%          |
| <b>Total</b>     | <b>3.309.034</b> | <b>100,0%</b> | <b>3.645.483</b> | <b>100,0%</b> |

Tabla 10. Población de Guayaquil por edades

Fuente: INEC

Elaboración: INEC

|                                  |           |
|----------------------------------|-----------|
| Entradas de Turistas a Guayaquil | 1'046.362 |
| Población de 20 a 74 años        | 2'126.237 |
| Total de Población               | 3'172.599 |

Tabla 11. Cálculo de la Población

Elaboración: Autoras

### ***Cálculo de la Muestra***

Una vez determinada la población, se procederá a establecer el tamaño de la muestra objeto del estudio, para ello se hará uso de la fórmula estadística de población finita, la cual está representada por la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pq x N}{(N - 1) e^2 + Z^2 pq}$$

**Tabla 12. Fórmula estadística de la muestra**

- **N/C (Nivel de confianza)** ->Es el espacio o intervalo por medio del cual se puede afirmar que la información que se obtendrá, para este caso la muestra, es la más apropiada, según el tamaño de la población que se conoce de antemano, por lo que se ha decidido aplicar un 95% de confianza.
- **p (Proporción)** ->Es un dato estadístico que indica el número de veces que se presenta ese dato respecto al total de datos. Se conoce también como frecuencia relativa y es uno de los parámetros de cálculo más sencillo. Para el cálculo utilizaremos un valor de 0.50 ya que no se conoce con precisión la proporción que debe ser encuestada en el sector.
- **e (Error)** ->Tal como su nombre lo dice, es el máximo error permisible en los resultados que se desean obtener, que para este caso se ha decidido sea el 5%.
- **z** ->Es un estadístico de probabilidad que se utiliza en muestras mayores a 30, el cual se obtiene mediante la tabla de distribución normal en “z”. Para poder hallarlo se divide el nivel de confianza del 95% para 2, obteniendo como resultado 0.475, con este valor se busca en el interior de la tabla y se obtiene el valor de  $z = 1.96$ .

| VARIABLES PARA EL CALCULO |           |    |              |
|---------------------------|-----------|----|--------------|
| n/c=                      | 95%       |    |              |
| z=                        | 1.96      | n= | 3,046,964.08 |
| p=                        | 0.50      |    | 7,932.46     |
| q=                        | 0.50      |    |              |
| N=                        | 3,172,599 | n= | <b>384</b>   |
| e=                        | 0.05      |    |              |
| n=                        | ?         |    |              |

De esta forma, el número de muestra a encuestarse es 384.

Vale destacar que el proyecto por ser de carácter social y además que sería financiado por el Municipio de Guayaquil, está dirigido a todos los estratos sociales de la ciudad, sean estos clase baja, media o alta que desee formar parte de la ruta, considerando también que el acceso a la misma sería gratuito.

### 3.2 Métodos, técnicas e instrumentos

- **Método Inductivo:** Parte de lo particular a lo general, de una parte al todo, es un proceso analítico-sintético. Para una correcta interpretación se deben seguir los pasos detallados a continuación: observación, experimentación, comparación, abstracción y generalización (De La Mora, 2006).
- **Método Deductivo:** Parte de lo general a lo particular, de lo complejo a lo simple, es un proceso sintético-analítico. Para una correcta interpretación se deben seguir los siguientes pasos: aplicación, comprensión, demostración (De La Mora, 2006).

Este método será empleado, ya que al adquirir información general proporcionada por las entidades relacionadas con la actividad turística de la ciudad de Guayaquil, se sacarán conclusiones específicas y se delimitará el universo de información en base a lo más relevante y concierne al turismo cultural.

### 3.2.1. Validación de Instrumentos

- Se utilizará la encuesta y las entrevistas con el propósito de recabar toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto.
- **Encuestas:** Se denomina encuesta al conjunto de preguntas especialmente diseñadas y pensadas para ser dirigidas a una muestra de la población que se considera representativa, con el objetivo de conocer la opinión de la gente sobre los temas que se preguntan (Mc Daniel & Gates, 2005).
- **Entrevistas:** Se puede definir a la entrevista como un acto comunicativo entre dos o más personas y que tiene una estructura particular organizada a través de la formulación de preguntas y respuestas (Mc Daniel & Gates, 2005).

Para la validación de instrumentos, se hizo una encuesta piloto a 20 personas en tres lugares, se encuestó a diez personas de la Universidad Laica, a cinco personas en la empresa Net2Phone ubicada en la Cdla. Vernaza Norte Mz7 V19 y a cinco personas en la empresa Pharmedic S.A., ubicada en la Cdla. Huancavilca Norte MzH V40. Esto se hizo con la finalidad de determinar si efectivamente las preguntas estaban bien planteadas y eran comprensibles para los encuestados, y así también obtener cifras preliminares de lo que sería la investigación de mercado efectiva, de esta forma, los resultados obtenidos más importantes en la prueba piloto fueron los siguientes:

1. Todos los encuestados (20) en la prueba piloto mencionaron que si hacían turismo en el país, y así mismo que la ciudad de Guayaquil si forma parte de sus alternativas para realización de turismo.
2. En relación al tipo de turismo de preferencia, la mayoría (40%) dijo que el turismo de Sol y Playa era de su agrado, seguidos por el Turismo de Aventura con 20%, el Turismo Cultural se ubicó en la tercera casilla con 18%, y finalmente el Turismo Religioso y Rural se repartieron el 22%.
3. La frecuencia con la que realizan turismo la mayoría de los encuestados en la prueba piloto es en época de feriados, representados por el 85%, el 15% restante manifestó que lo hacen cada seis meses por lo menos; y de preferencia suelen viajar con la

familia el cual tuvo una participación muy significativa de 75%, el 25% restante dijo que lo hacían con los amigos.

4. En relación a los atractivos turísticos de Guayaquil, fue notorio que los encuestados (20) ubicaron al Malecón 2000, Malecón del Salado, Cerro Santa, Barrio de las Penas y los lugares aledaños a la avenida Nueve de Octubre como los sitios de mayor impacto turístico para la ciudad.
5. En el campo gastronómico, las opciones que sobresalieron como platos típicos fueron: el arroz con menestra, los ceviches, el encebollado y el Chaulafán. Cabe indicar que el Chaulafán a pesar de sobresalir como una opción típica, este plato no es considerado típico de Guayaquil.
6. De igual forma, la mayoría de los encuestados de la prueba piloto indicaban que para turismo máximo gastan \$ 100.00 y si estarían de acuerdo en su totalidad de participar en la Ruta Cultural Gastronómica porque consideran que es una alternativa innovadora que ayudaría a fomentar el turismo cultural gastronómico de Guayaquil.

Una vez hecho el análisis, se determinó que la encuesta debía ser modificada para mayor comprensión del encuestado y obtener los datos necesarios para la investigación.

### 3.3 Aplicación de instrumentos

**Encuesta:** La encuesta será aplicada a la muestra que se determinó, la integrarán 384 personas. Se efectuará en la ciudad de Guayaquil por cuanto se espera mayor interés en conocer el proyecto por parte de la población de la ciudad. Se encuestarán a los ciudadanos en diferentes sectores de la ciudad para que los resultados sean representativos con el pensamiento de la mayoría. También se efectuarán encuestas en el aeropuerto con el objetivo de conocer las opiniones de los visitantes que vienen por diversos motivos a la ciudad.

A continuación se presenta modelo de la encuesta:

**Encuesta realizada en la ciudad Guayaquil – Provincia del Guayas**

**1. ¿Usted realiza turismo?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**Si la respuesta es NO siga con la pregunta 16.**

**2. ¿Realiza turismo dentro del Ecuador?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**Si la respuesta es NO siga con la pregunta 16.**

**3. ¿Guayaquil es una de sus alternativas de visita para realizar turismo?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**4. ¿Qué tipo de turismo de los que se detalla a continuación realiza con mayor frecuencia?**

Turismo cultural \_\_\_\_\_ Turismo de aventura \_\_\_\_\_

Turismo rural \_\_\_\_\_ Turismo de sol y playa \_\_\_\_\_

Turismo religioso \_\_\_\_\_

**5. ¿Con que frecuencia usted hace turismo?**

Una vez al mes \_\_\_\_\_ Cada 3 meses \_\_\_\_\_

Cada 6 meses \_\_\_\_\_ Una vez al año \_\_\_\_\_

Fines de semana \_\_\_\_\_ Feriados \_\_\_\_\_

**6. ¿Cuántos días generalmente dedica usted cuando hace turismo?**

1 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 7 \_\_\_\_\_

2 \_\_\_\_\_ 5 \_\_\_\_\_

**7. ¿Generalmente usted viaja.....**

Solo \_\_\_\_\_ Con su pareja \_\_\_\_\_

Con amigos \_\_\_\_\_ Con familiares \_\_\_\_\_

**8. ¿A qué región del país prefiere viajar?**

Costa \_\_\_\_\_ Sierra \_\_\_\_\_

Oriente \_\_\_\_\_ Insular \_\_\_\_\_

**9. ¿Qué actividades realiza cuando visita otra ciudad?**

- Visita a Museos \_\_\_\_\_
- Visita a Parques y Plazas \_\_\_\_\_
- Visita a Barrios Históricos \_\_\_\_\_
- Visita a Zoológicos \_\_\_\_\_
- Visita Restaurantes de Comida Típica \_\_\_\_\_
- Visita playas \_\_\_\_\_

**10. ¿Conoce los atractivos turísticos que posee Guayaquil?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**Si la respuesta es SI:**

**Podría indicarnos alguno de los atractivos que usted conozca.**

- 1.
- 2.
- 3.

**11. ¿Ha disfrutado de la comida guayaquileña?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**Si la respuesta es SI:**

**Podría indicarnos alguno de los platos típicos que usted conozca.**

- 1.
- 2.
- 3.

**12. ¿Le gustaría realizar una ruta turística cultural-gastronómica en la ciudad de Guayaquil?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ Quizás \_\_\_\_\_

**Si la respuesta es NO siga con la pregunta 14.**

**13. ¿Cuántos días podría dedicarle para realizar la ruta turística cultural-gastronómica en la ciudad de Guayaquil?**

1 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 7 \_\_\_\_\_

2 \_\_\_\_\_ 5 \_\_\_\_\_

**14. ¿Qué cantidad de dinero presupuesta generalmente para realizar actividades turísticas (vacaciones, entretenimiento)?**

Hasta \$100 \_\_\_\_\_ Entre \$100 y \$200 \_\_\_\_\_  
 Entre \$201 y \$300 \_\_\_\_\_ Entre \$301 y \$400 \_\_\_\_\_  
 Entre \$401 y \$500 \_\_\_\_\_ Mayor a \$500 \_\_\_\_\_

**15. De los siguientes lugares, enumérelos de acuerdo a su importancia:**

Peñas y Cerro Santa Ana \_\_\_\_\_ Museo Municipal \_\_\_\_\_  
 Malecón 2000 \_\_\_\_\_ Malecón del Salado \_\_\_\_\_  
 Iglesia La Catedral \_\_\_\_\_ Parque Histórico \_\_\_\_\_  
 Parque de las Iguanas \_\_\_\_\_ Pez Azul \_\_\_\_\_  
 Ochipinti \_\_\_\_\_ Café de Tere \_\_\_\_\_

**16. Datos del encuestado:**

|                             |                           |                           |
|-----------------------------|---------------------------|---------------------------|
| <b>Sexo:</b>                | <b>Femenino</b> _____     | <b>Masculino</b> _____    |
| <b>Lugar de Residencia:</b> | _____                     |                           |
| <b>Edad:</b>                | <b>20 – 29 años</b> _____ | <b>30 – 39 años</b> _____ |
|                             | <b>40 – 49 años</b> _____ | <b>50 – 59 años</b> _____ |
|                             | <b>60 – 69 años</b> _____ | <b>70 – 74 años</b> _____ |

**Entrevista:** Se realizarán entrevistas a los Directivos de la Cámara de Turismo y a funcionarios del Municipio para conocer la ayuda que se podría obtener de ellos y los requisitos que se necesitan para emprender el proyecto.

A continuación se presenta la entrevista realizada a funcionarios de la Municipalidad de Guayaquil, Ministerio de Turismo y Prefectura del Guayas:

**ENTREVISTA # 1**

**Sr. Gino Molinari**

**Presidente de la Comisión de Desarrollo Turístico de Guayaquil**

**M.I. Municipalidad de Guayaquil**

**Parte 1**

Muy buenos días señor Molinari, concejal municipal de la ciudad de Guayaquil, somos estudiantes de la carrera de “Mercadotecnia” de la universidad Laica Vicente Rocafuerte y

quisiéramos que nos colabore de forma muy gentil respondiéndonos las siguientes preguntas relacionadas con el tema “El turismo cultural como parte del desarrollo socio-económico” del país en la ciudad de Guayaquil.

**1. Podría indicarnos que factores han impedido que el turismo en la ciudad de Guayaquil se haya incrementado en los últimos años?**

Guayaquil es una ciudad de “turismo light”, este tipo de turismo es ligero, turismo de recorrido; Guayaquil es una ciudad que tiene congresos, es una ciudad donde la gente compra, donde la gente vacaciona y descubre las bondades de este clima, con la facilidad de que aquí los aviones aterrizan las 24 horas del día, pero también ha sido devastada por los piratas...La ciudad cuenta con 3 teatros que no tienen una frecuencia constante de ciclos de actuación. Da mucha pena ver que una obra en otras partes del mundo dura 6 a 8 meses, lamentablemente en Guayaquil solo dura 3 días, eso habla de un mercado muy pequeño y que la prioridad no es la cultura, a nivel general no estamos acostumbrados a pagar un espectáculo. Nosotros tenemos que trabajar con realidades nacionales; cuando nosotros tengamos una gran compañía de ópera, de actores, que tenga constantemente puestas en escena con una frecuencia establecida, allí si se podría hablar de una ciudad con características para el turismo cultural, no es un imposible, pero hay que crear toda una infraestructura turística para llegar al objetivo de turismo cultural como ustedes lo plantean.

**2. ¿Cuáles son las actividades que la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil ha hecho o hace para promocionar el turismo local?**

Nosotros tenemos un presupuesto, en el caso mío es \$ 800.000, que no es nada en realidad para lo que la ciudad necesita, pero hay que reconocer que Guayaquil es la ciudad mas visitada de todo el Ecuador porque casualmente nuestro turismo es un turismo de comercio, ya que la gente de otras ciudades y provincias viene a conocer, a divertirse y a comprar a Guayaquil, pero no es una ciudad donde prima el arte y la cultura.

**3. ¿Me podría indicar que lugares se reconocen como iconos del turismo cultural en la ciudad de Guayaquil?**

Estos lugares por votación fueron seleccionados, son 7, entre los que recuerdo están: Edificio del Municipio, la Torre Morisca, El Cementerio de Guayaquil, La Rotonda, El Malecón...Guayaquil es una ciudad moderna, ecléptica, de andar fácil, es decir, aquí tu no te complicas que cada rato llueve, cae nieve, etc., eso debemos resaltar para hacer una campaña de Marketing.

**4. ¿Me podría mencionar empresas turísticas que ofrezcan paquetes de turismo cultural en Guayaquil?**

Si existen, no las conozco. Yo entiendo como cultura visitar museos, ir a teatros; entonces no creo que existan. Nos estamos esforzando para resaltar el turismo cultural en Guayaquil, vamos a tener 4 museos temáticos: “Museo Martínez” “Nuevo Museo de Arte Moderna”, “Museo del Cacao” y el “Museo de las pequeñas cosas”, con esto ya podemos hablar de turismo cultural en Guayaquil.

**5. ¿Cual es su apreciación sobre la idea de la tesis de implementar una ruta turística cultural gastronómica en la ciudad de Guayaquil? ¿Sería posible?**

La gastronomía es cultura definitivamente; tenemos en lo que va del año 2012, la feria que ha tenido mayor éxito “Guayaquil Gastronómico”, a la cual asistieron 57.000 personas, aquí la entrada fue gratis, los locales fueron gratis; ya que nosotros normalmente no tenemos la cultura de pagar y por ende queremos que todo sea gratis; aquí se hizo una inversión de \$150.000 que lo asumimos como ciudad y dentro del presupuesto a la comisión de turismo. Me da mucha pena que la feria del libro se suspendió debido a que viene teniendo desde años anteriores fracasos tras fracasos, ya que la gente no muestra mayor interés a la lectura. La gente quiere estar en ferias y eventos sin pagar la entrada, sino no van en su mayoría....Con respecto a la creación de una ruta turística cultural, pienso que se debería de hacer siempre y cuando se determinen precios asequibles al mercado en lo que respecta al costo de la entrada, entonces los proyectos culturales cuando los valorizan pierden asistencia del público.

**Parte 2**

Formula de retroceso...Nosotros no tenemos una identidad nacional definida, temblamos cuando hablamos de quienes somos; en lugar de temblar de emoción, nos ponemos trémulos de inseguridad porque no sabemos quiénes somos....Tener una pasión no es suficiente para rescatar una identidad, ni nacional ni local....En la feria gastronómica vinieron unos amigos

de Medellín a los cuales siempre les he hablado del café ecuatoriano, diciéndoles que es mejor que el colombiano y en vista de eso los invite a Sweet and Cofee en San Marino, diciéndoles que es una franquicia ecuatoriana y se asombraron y preguntaron ¿porque el nombre es en ingles?, ya que casi todos los locales en el patio de comidas tienen nombres americanos, lo cual prueba la poca identidad que tenemos como ecuatorianos, ya que no hay una franquicia con el nombre de “Mi cholo”, “Sabores de mi tierra”, “Ecuadorianismo”, nombres que hablen o rescaten la cocina nacional, entonces podemos observar que hay un desamor a la patria terrible, como es el caso de la palabra “cholo”, la cual se ha convertido en una palabra despectiva, cuando debería de ser una palabra que nos debería hacer sentir orgullosos de nuestras raíces aborígenes, ya que representa la etnia de una de las culturas más antiguas del mundo, que es la cultura “Valdivia”....Sin irnos tan lejos, en países como el Perú, brinda un homenaje a sus regiones, a su gente, a sus etnias; en cambio aquí en Ecuador se puede notar un desprecio constante a los indígenas, negros, etc., sin darse cuenta que el país que más discrimina es uno de los más incultos del mundo según mi concepto, el cual se llama EEUU, ya que solo ellos se creen dignos de ser llamados americanos, para ellos el resto no son americanos....Nosotros siempre queremos ser como ellos y o podemos serlo, ya que sus mezclas son irlandesas, inglesas y nosotros somos latinos; entonces, mientras nosotros no tengamos claro quiénes somos, mientras no eliminemos la palabra “cholo” de forma despectiva, ya que realmente lo somos gracias a Dios, con historia, tradición y costumbres; que se puede hablar aquí en Ecuador de cultura si no hay cultura.

**6. ¿Usted considera que el turismo cultural es uno de los tipos de turismo que están en su menor porcentaje?**

En América no existe una ciudad que se pueda vender culturalmente, a excepción de Cartagena que ahora solo es vista como playa, de allí se rescata el caso de Bogotá porque tiene un festival de teatro, México porque tiene festivales de cine; pero en Centro América nada lo puedes vender culturalmente, quizás Guatemala con las Ruinas Mayas. Nosotros tenemos que vender lo que es nuestra realidad, aquí predomina lo que es sol y playa, sobre todo para los europeos...Aquí conquistaron los españoles y mataron la cultura ancestral que tenían estos pueblos e impusieron dioses que no eran los de ellos...Quito es patrimonio de la humanidad porque es una ciudad bonita; quien te habla de que la primera escuela de arte de América fue la quiteña y no la cuzqueña (Perú), esto indica que nosotros nos hemos dejado quitar nuestra cultura por malos gobiernos y ministros que no han sabido defender lo nuestro,

ya que el turismo siempre ha sido una postura “no importante”.....La gente guayaquileña que vive en urbanizaciones apartadas de la ciudad ni siquiera conoce el centro de la ciudad, para ellos Guayaquil es solo “Los Ceibos”, “Las Cumbres”, “Santa Cecilia”; a ellos no les interesa un futuro para la ciudad; piensan en Halloween, Día de Acción de Gracias, esas festividades no pertenecen a nuestro país; el 31 de octubre nadie se acuerda del día del Escudo Nacional, claro para no sentirse “cholos” se van a celebrar Halloween ese día....Si nosotros tuviéramos una identidad clara no tendríamos la necesidad de extranjeros para avalar quienes somos...El turismo cultural es un rescate de la identidad, que somos montubios; nosotros menospreciamos quienes somos.

**7. ¿Usted mencionó que no cree que existan empresas que realicen rutas culturales aquí en Guayaquil, y que me dice de Guayaquil Visión?**

Guayaquil Visión si bien es cierto realiza rutas, pero no cultural, Guayaquil Visión no realiza rutas culturales en Guayaquil.. No existe ninguna empresa que realice rutas culturales aquí en Guayaquil.

**ENTREVISTA # 2**

**Ing. Jorge Mori**

**Jefe de desarrollo turístico**

**Prefectura del Guayas**

Muy buenos días/buenas tardes, Ing. Jorge Mori somos estudiantes de la carrera de Marketing de la Universidad Laica y solicitamos de forma gentil nos colabore respondiendo las siguientes preguntas relacionadas con nuestro trabajo de graduación titulado: *“EL TURISMO CULTURAL COMO PARTE DEL DESARROLLO SOCIO-ECONOMICO DEL PAIS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”*

**1. Podría indicarnos según su criterio cual son los factores que han permitido que el turismo en la ciudad de Guayaquil se haya incrementado en los últimos años?**

Básicamente el turismo a nivel de todo el Guayas no solo Guayaquil, se ha incrementado primero por el incremento de la oferta turística en este caso todo lo que es infraestructura y servicios de regeneración urbana de Guayaquil, por otro lado el tema hotelero, más o menos

nosotros tenemos un aproximado de 1500 habitaciones estándares internacional que ha sido un estudio de mercado que se realizó con el plan maestro de turismo en cual se pudo obtener toda esta cantidad de oferta turística que se está comenzando a incrementar. Por otro lado tenemos todo lo que es puertos, puerto marítimo, terminal terrestre, el aeropuerto internacional, los cuales ofrecen mejores infraestructuras y servicios y a nivel País el gancho es Galápagos, con esto siempre ha sido una competencia amigable entre Quito y Guayaquil, sin embargo y en los últimos años este gancho favorece a la ciudad de Guayaquil por la infraestructura por eso existe más flujo de turismo desde hace 10 años más o menos.

**2. Cuáles son las actividades que la institución a la que Ud. pertenece, ha hecho o hace para promocionar el turismo local?**

Nosotros nos basamos en un plan de desarrollo turístico de la provincia, este plan marcó dos grandes segmentos o paradigmas que tiene la Provincia. Por un lado el turismo urbano como Guayaquil, pero hay un abismo muy grande entre Guayaquil y los 24 cantones que forman parte del Guayas a lo que se considera el turismo Rural, entonces nosotros como provincia de Guayas como prefectura venimos trabajando desde el 2008 con este plan de desarrollo turístico en 2009 comenzamos hacer un levantamiento de inventario de atractivos, recorrimos toda la provincia para identificar y poder medir el estado mediante fichas estándares internacionales como está cada atractivo turístico cultural y natural del Guayas, después de todo eso trabajamos con los municipios. Trabajamos con municipio para poder conformar corredores turísticos, nosotros en el Guayas tenemos 25 cantones, lo que hemos hecho es agrupar estos 25 cantones en 6 corredores turismo los cuales son rutas que nosotros lo llamamos turísticamente y marketeramente ruta del arroz, ruta del azúcar, y ruta del cacao. Un turista cuando llega a Guayaquil se conecta con esta parte rural y puede recorrer la provincia y quedarse mas tiempo. Por otro lado tenemos la ruta del pescado, la ruta de la aventura y la ruta del café lo cual diversifica la oferta con modalidades de turismo diferente, entonces básicamente en eso es que nos encontramos en este momento. Las rutas fueron creadas en el 2010, actualmente cuentan con paquetes y productos turísticos.

**3. Que organismos trabajan con ud. y con quienes se integran en el campo turístico? (es decir, personas, empresas, comunidades, se recibe ayuda del municipio o gobierno)**

Nosotros trabajamos con operadores que están creando paquetes de excursionismo. Antes un turista recorría Guayaquil en 2 días y se iba a Galápagos, ahora con estas rutas podemos desarrollar el turismo puertas afuera de Guayaquil.

El turismo es una actividad bien transversal, que significa esto, que no solo se tiene que hablar con la parte directa del turismo municipios, ministerio, sino que también con parte indirecta, como por ejemplo lo que son las áreas de seguridad, policía, comisión de tránsito, academia todo lo que son las universidades de turismo, las comunidades, juntas parroquiales, el turismo engloba todo este contexto. Nosotros como prefectura hemos creado este año lo que es la mesa de turismo, esta mesa de turismo es un espacio en el cual se está comenzando a desarrollar conversatorios y plan de trabajo, planes de acción con todos los actores directos e indirectos de la industria turística, aparte de esto también están las ONG, organizaciones no gubernamentales, con las cuales nosotros trabajamos en diferentes áreas, por ejemplo en Bucay tenemos un proyecto donde trabajamos con voluntarios que dan clases de capacitación técnica en inglés para todas las personas que trabajan en este sector, y así hay un montón de actividades con diferentes organismos.

**4.Cuál es su apreciación sobre la idea de la tesis de implementar una ruta turística cultural gastronómica en la ciudad? (Esto sería posible?, coméntenos sobre su opinión)**

Bueno en la experiencia que tenemos en cuanto a rutas, que son corredores punto a y punto b en el cual se puede recorrer un sin número de puntos de interés en el sector de lo que es Guayaquil tenemos grandes oportunidades para todo no solo para la gastronomía sino para todo, entonces yo considero que es una muy buena idea y es una muy buena oportunidad, sin embargo hay que saberla manejar bien, de nada sirve tener una ruta contemplada con atractivo o puntos de interés, actividades y un buen guión sino existe la operación turística, es decir la comercialización para poder sostener esta ruta, en este caso por ejemplo algo puntual sería que esta ruta sea socializada con operadores de turismo, agencia, hoteles, con la cámara y con diferentes organismos, para esto está la mesa de turismo, esta propuesta se la podría subir a la mesa de turismo provincial para que sea socializada y todos sepan.

**5. Finalmente, algo que usted desee aportar referente al proyecto, recomendación final sobre el tema turístico en la ciudad de Guayaquil.**

Que la ruta que quieren proponer tenga un producto, porque no es lo mismo una ruta que un producto turístico, en este caso el producto contaría con un precio que incluya, servicio de transporte, guianza, interpretación gastronómica y cultural y en este contexto ya se lo pueda vender, un turista lo pueda comprar en el front desk de un hotel o en una agencia de viajes, en un centro comercial, un lugar donde se pueda comprar este producto, entonces ese es el éxito para poder conformar un ruta turística.

### **ENTREVISTA # 3**

**Ing. Emilia Vásquez Zambrano**

**Departamento de Desarrollo de Proyectos**

**Ministerio de Turismo**

Muy buenos días/buenas tardes, Srta. Ing. Emilia Vásquez Zambrano somos estudiantes de la carrera de Marketing de la Universidad Laica y solicitamos de forma gentil nos colabore respondiendo las siguientes preguntas relacionadas con nuestro trabajo de graduación titulado: “EL TURISMO CULTURAL COMO PARTE DEL DESARROLLO SOCIO-ECONOMICO DEL PAIS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

**1. Podría indicarnos según su criterio cual son los factores que han permitido que el turismo en la ciudad de Guayaquil se haya incrementado en los últimos años?**

La gestión de las autoridades y las personas, las nuevas infraestructuras de la planta turística

**2. Cuáles son las actividades que la institución a la que Ud. pertenece, ha hecho o hace para promocionar el turismo local?**

Folletería de Guayaquil y eventos de promoción

**3. Que organismos trabajan con ud. y con quienes se integran en el campo turístico? (es decir, personas, empresas, comunidades, se recibe ayuda del municipio o gobierno)**

Todo el sector turístico, empresas privadas, empresas públicas, ONGS, prefecturas, municipios.

**4.Cuál es su apreciación sobre la idea de la tesis de implementar una ruta turística cultural gastronómica en la ciudad? (Esto sería posible?, coméntenos sobre su opinión)**

Sería posible, si realmente la toman como un proyecto emblemático que quieren desarrollar y que no sólo quede en una iniciativa, porque el tema gastronómico tiene una gran riqueza en Guayaquil y a nivel de Guayas.

**5. Finalmente, algo que ud desee aportar referente al proyecto, recomendación final sobre el tema turístico en la ciudad de Guayaquil.**

Hay que trabajar más en el tema seguridad que es finalmente lo que siempre frena un poco la inversión privada.

### **3.4. Procesamiento de Datos**

#### **Sectores escogidos para la realización de la encuesta**

Para la realización de la encuesta se escogieron diversos sectores de la ciudad de Guayaquil con la finalidad de captar las diversas opiniones de la ciudadanía ya sea local, nacional o internacional. Los sitios escogidos fueron los siguientes:

- Terminal Terrestre de Guayaquil
- Aeropuerto de Guayaquil
- Parque Seminario
- Malecón 2000 y Peñas
- Exteriores de la Catedral
- Exteriores del Hotel Hilton Colon
- Exteriores del Hotel Continental
- Exteriores del Hotel UNIPARK
- Exteriores del Centro Comercial City Mall
- Exteriores del Centro Comercial La Rotonda
- Exteriores del Centro Comercial Plaza Mayor
- Exteriores y locales de Albán Borja
- Avenida Rodolfo Baquerizo Nazúr
- Estadio Monumental

## Información Preliminar de los Encuestados

### a. Genero del Encuestado

La información preliminar permite establecer que en su mayoría las personas encuestadas corresponden al género masculino con un 58.95% de participación en el muestreo, mientras que el género femenino tuvo una participación de 41.05% sobre los resultados.

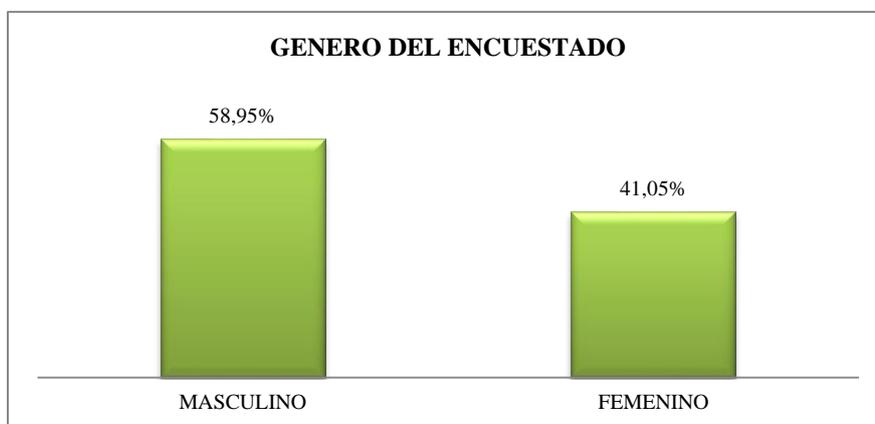


Gráfico 2. Genero

Fuente: Investigación de campo

### b. Edad del Encuestado

Respecto a la edad, el siguiente gráfico determina que las edades han ido de forma escalonada, teniendo mayor incidencia en los resultados aquellas personas cuyas edades oscilan entre los 20 y 29 años de edad, con un 27.44%; seguidos por el rango de edades entre los 30 y 39 años con 24.54% entre los más destacados. Es decir que los resultados se basan mayormente en un criterio de personas jóvenes (20-39 años).

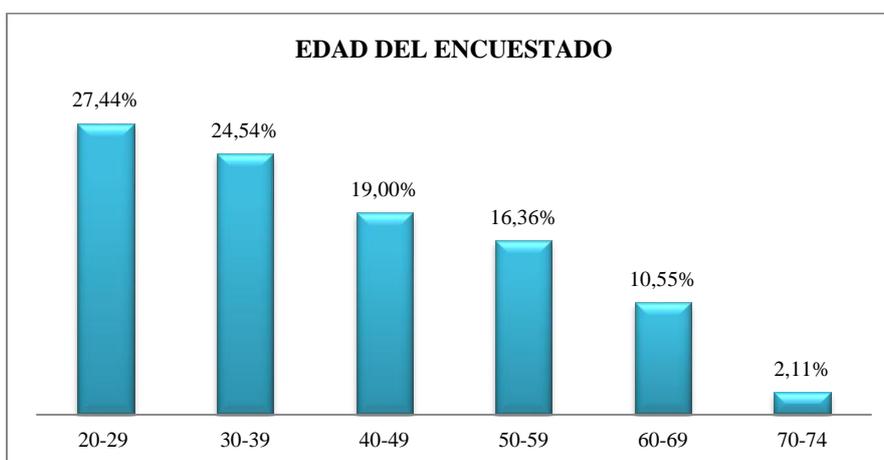


Gráfico 3. Edad

Fuente: Investigación de campo

### c. Procedencia del Encuestado

Para efectos de una mejor organización, se hizo una segmentación de la procedencia de los encuestados, clasificándolos en aquellos que eran oriundos de Guayaquil y otras ciudades del país; así como aquellos turistas provenientes del extranjero. Los resultados permiten determinar lo siguiente:

En relación a los turistas internacionales, Colombia fue el país que mayor participación tuvo en la encuesta realizada, teniendo una incidencia de 33.33%, en segundo lugar se puede observar a Perú con 11.11% de participación.

Otros resultados significativos tuvieron países como Estados Unidos e Italia con 8.89%, seguidos por Cuba (6.67%), España y Suiza con (4.44%) entre los más destacados.

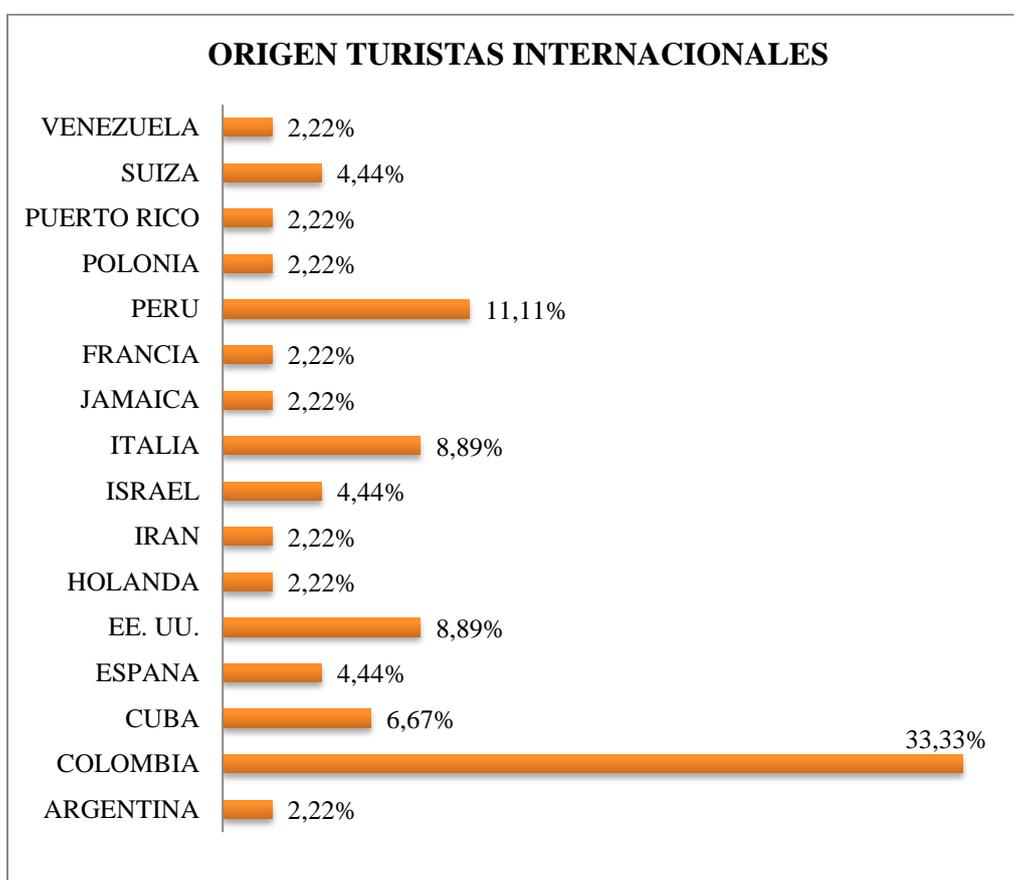
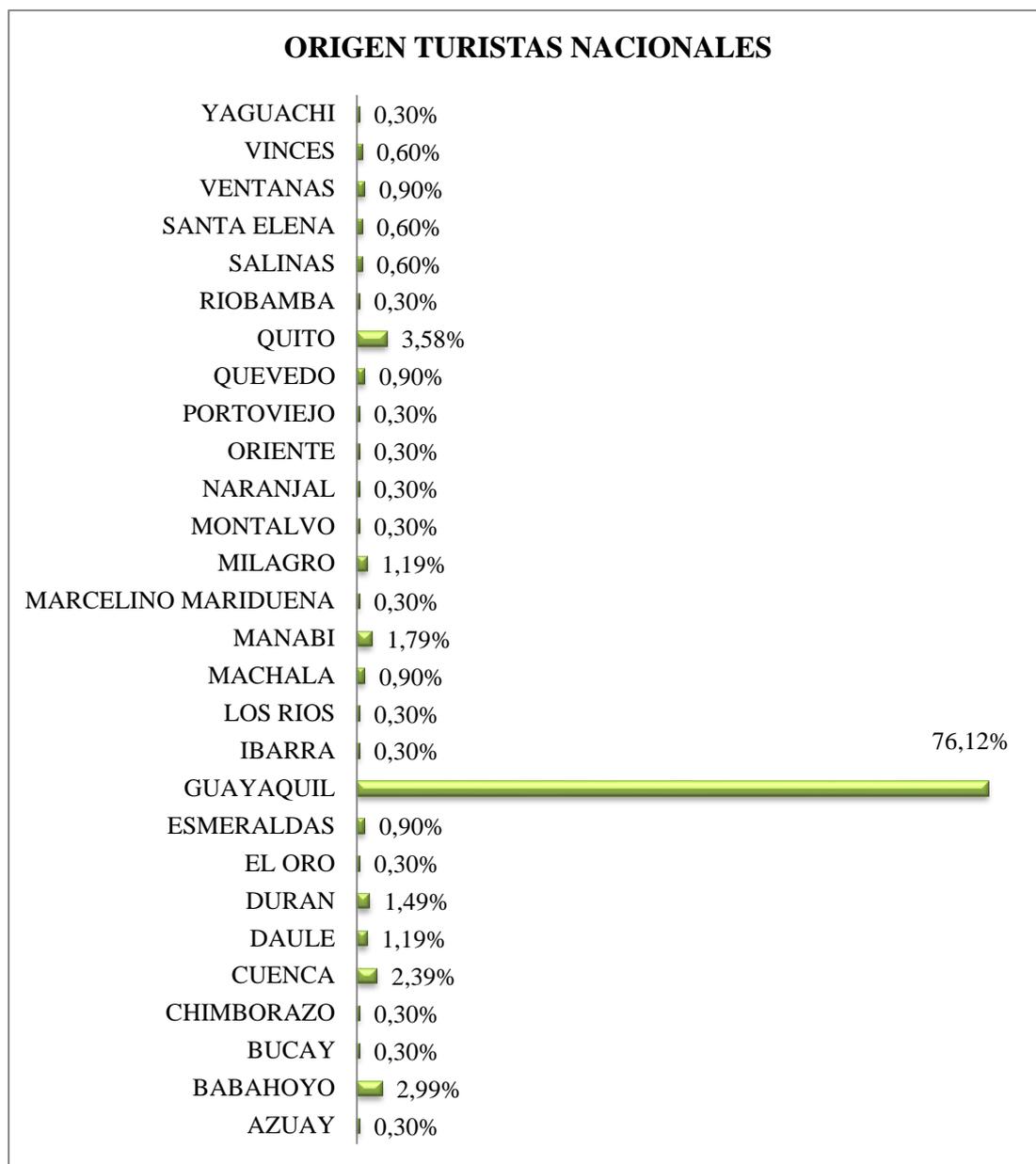


Gráfico 4. Origen turistas internacionales

Fuente: Investigación de campo

En relación a los encuestados nacionales, la mayor incidencia es de turistas guayaquileños con un 76.12%, ya que las encuestas se realizaron en la ciudad de Guayaquil, mientras que el 24% restante se divide en otras 27 ciudades, donde las ciudades que mayor incidencia tuvieron fueron: Quito (3.58%), Babahoyo (2.99%) y Cuenca (2.39%).



**Gráfico 5. Origen turistas nacionales**

Fuente: Investigación de campo

## Perfil de los Encuestados

### 1. ¿Usted realiza turismo?

Durante el establecimiento del perfil de los encuestados, se puede apreciar que la mayoría representada por un 80.53% si realizan turismo, por su parte el 19.47% alegaba que no lo hacía por falta de tiempo, dinero o desinterés.



Gráfico 6. Realización de Turismo  
Fuente: Investigación de campo

### 2. ¿Realiza turismo dentro del Ecuador?

Sobre la realización de turismo en Ecuador, existe una participación muy importante, ya que el 93.85% de las personas encuestadas si hacen turismo local, mientras que apenas el 6.15% indicó que no lo hacía.



Gráfico 7. Turismo en Ecuador  
Fuente: Investigación de campo

### 3. ¿Guayaquil es una de sus alternativas de visita para realizar turismo?

Similar a la pregunta anterior, la mayoría de los encuestados indicaron que efectivamente Guayaquil es una de sus alternativas de visita para realización de turismo (88.58%); mientras que el 11.42% indicó que no lo hacía, debido a que ya no conocían nuevos atractivos de Guayaquil para visitar, por lo que preferían viajar al extranjero.

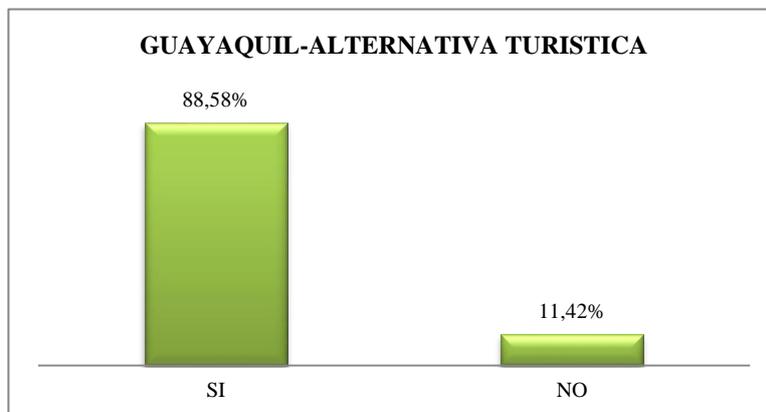


Gráfico 8. Guayaquil alternativa turística

Fuente: Investigación de campo

### 4. ¿Qué tipo de turismo de los que se detalla a continuación realiza con mayor frecuencia?

En relación al tipo de turismo que prefiere la mayoría de los encuestados, está el Turismo de Sol y Playa con una participación de 33.33%. Sin embargo, el turismo cultural tuvo un resultado interesante (23.14%), ocupando el segundo lugar entre las preferencias de los encuestados, seguido por el turismo de aventura con un 19.28%, el religioso con un 14.88% y terminando con el rural que fue del 9.37%.

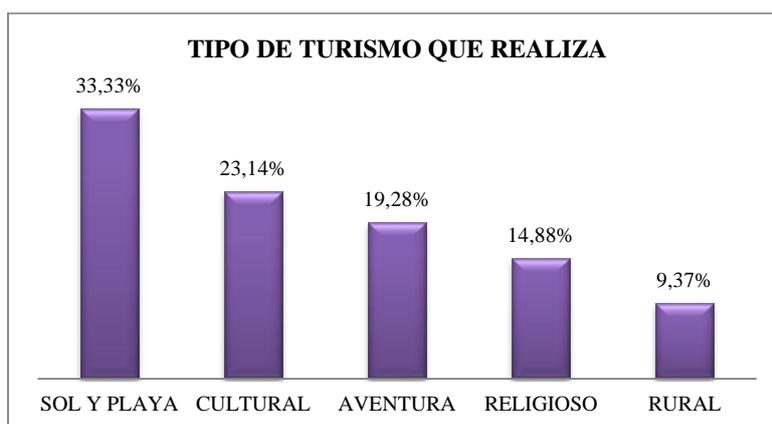


Gráfico 9. Tipo de turismo que realiza el encuestado

Fuente: Investigación de campo

### 5. ¿Con que frecuencia usted hace turismo?

Sobre la frecuencia de realización de turismo, queda claro que la mayoría de los encuestados aprovecha las épocas de feriado para el desarrollo de esta actividad (26.32%), no dejando a un lado también aquellas personas que realizan turismo de forma semestral (18.75%) y forma anual (15.79%).

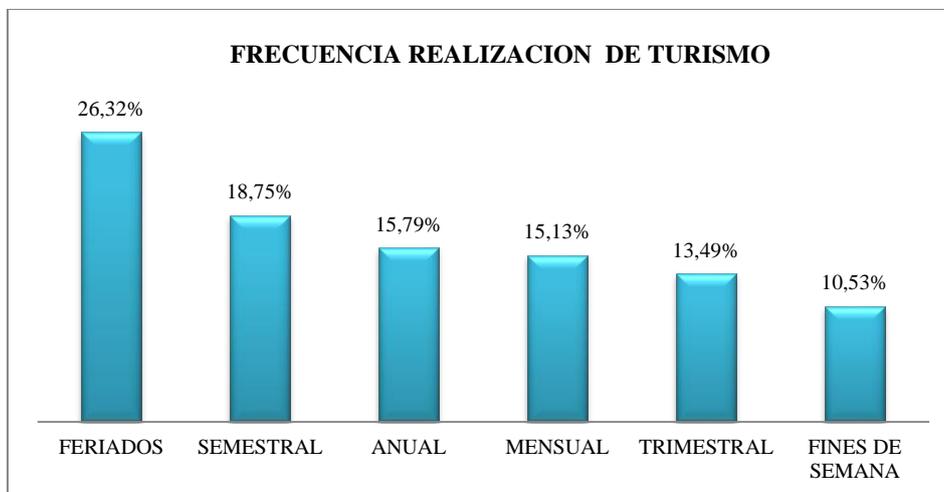


Gráfico 10. Frecuencia de realización de turismo

Fuente: Investigación de campo

### 6. ¿Cuántos días generalmente dedica usted cuando hace turismo?

Guardando cierta relación con el resultado anterior, se puede apreciar que la mayoría de los encuestados dedica de 2 a 3 días para la realización de turismo (40.53% y 29.92% respectivamente).



Gráfico 11. Días destinados para turismo

Fuente: Investigación de campo

## 7. ¿Generalmente usted viaja.....

Una de las características muy particulares del perfil del encuestado, refleja un poco la costumbre ecuatoriana de viajar en familia (padres, hijos, primos, etc.) y es claro que el 41.10% de los encuestados lo hace de esa manera. Asimismo, considerando que el perfil está representado en su mayoría por personas jóvenes, un importante grupo (33.33%) indicó que prefieren viajar con sus amigos también.



Gráfico 12. Compañía en el viaje

Fuente: Investigación de campo

## 8. ¿A qué región del país prefiere viajar?

En esta respuesta se puede apreciar que sin lugar a dudas la Costa es la región de mayor preferencia para los turistas (53.92%), seguido por el de la Sierra con 24.40%.

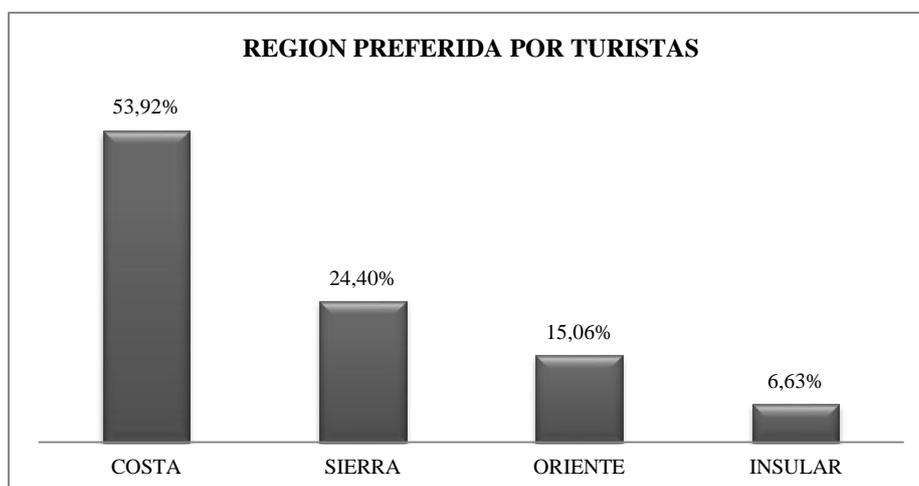


Gráfico 13. Región preferida por turistas

Fuente: Investigación de campo

### 9. ¿Qué actividades realiza cuando visita otra ciudad?

Corroborando el resultado anterior, se puede apreciar que la visita a playas, es la actividad de mayor importancia para los encuestados (29.91%), seguida por una poca diferencia de la visita a Parques y Plazas con un 24.45%, continuando con la visita a Museos con un 13.97%, restaurantes alcanzando un 12.88%, barrios históricos 11.14% y zoológicos 7.64%.

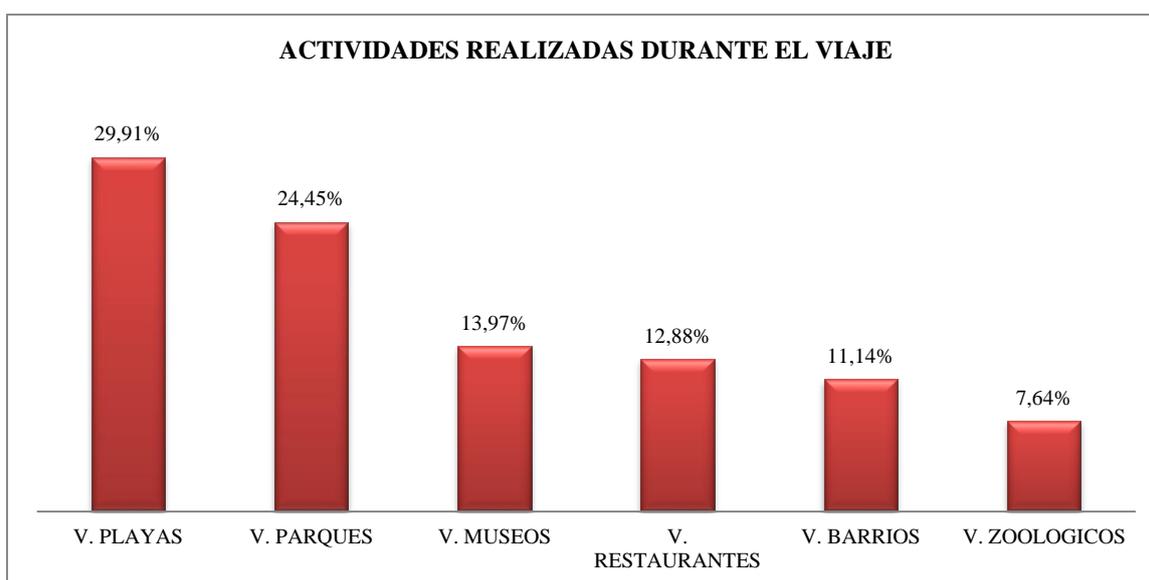
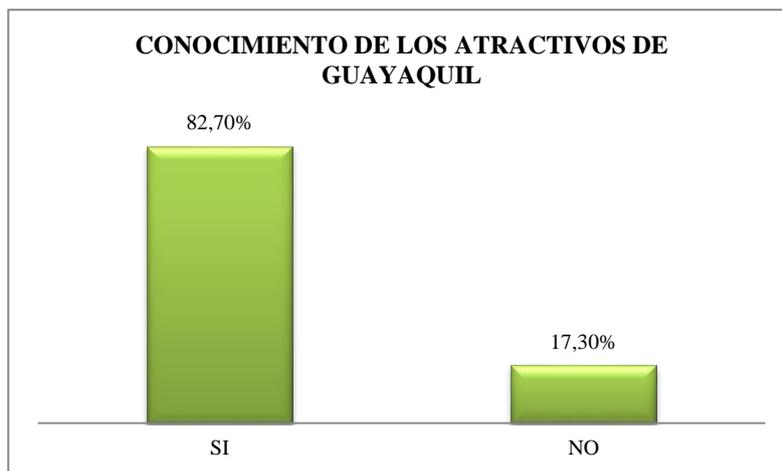


Gráfico 14. Actividades realizadas durante el viaje

Fuente: Investigación de campo

### 10. ¿Conoce los atractivos turísticos que posee Guayaquil?

Delimitando un poco sobre el criterio que tienen los ciudadanos acerca de la ciudad de Guayaquil, se les consultó sobre el conocimiento de los atractivos que esta posee, y la mayoría indicó que si los conocían (82.70%); mientras que el 17.30% restante, indicó no conocerlos.



**Gráfico 15. Conocimiento de los atractivos de Guayaquil**

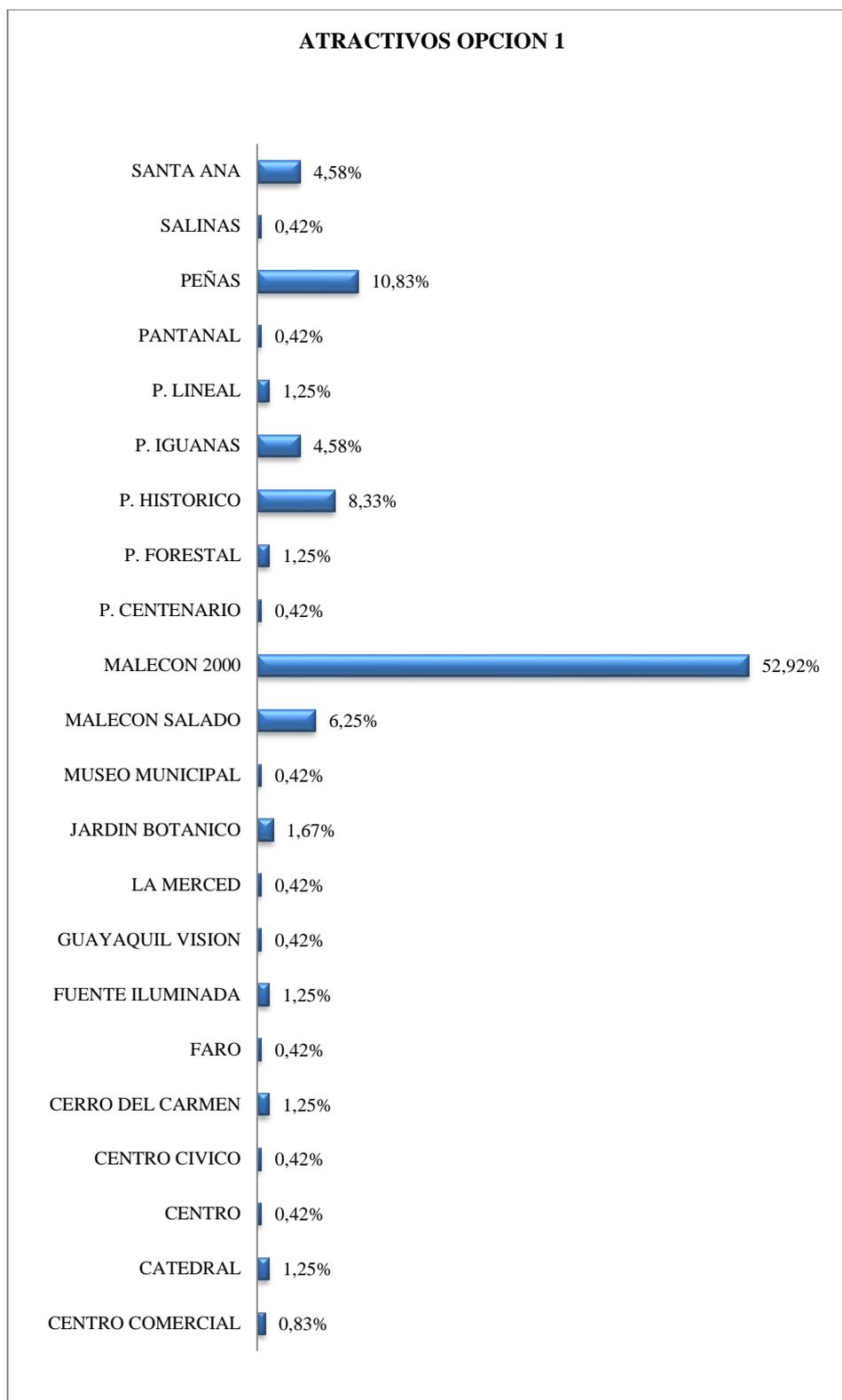
**Fuente:** Investigación de campo

En referencia a aquellos ciudadanos que dijeron conocer los atractivos de Guayaquil, se les pidió que por favor indicaran cuales eran los atractivos que podían identificar de la ciudad y los resultados establecieron lo siguiente:

- Según el gráfico 16, Opción 1 de Atractivos, 255 encuestados, la respuesta que tuvo mayor participación fue Malecón 2000 con 52.92%
- Según el gráfico 17, Opción 2 de Atractivos, 255 encuestados, la respuesta que tuvo mayor participación fue Las Peñas con 19.21%
- Según el gráfico 18, Opción 3 de Atractivos, 255 encuestados, la respuesta que tuvo mayor participación fue Las Peñas con 17.82%

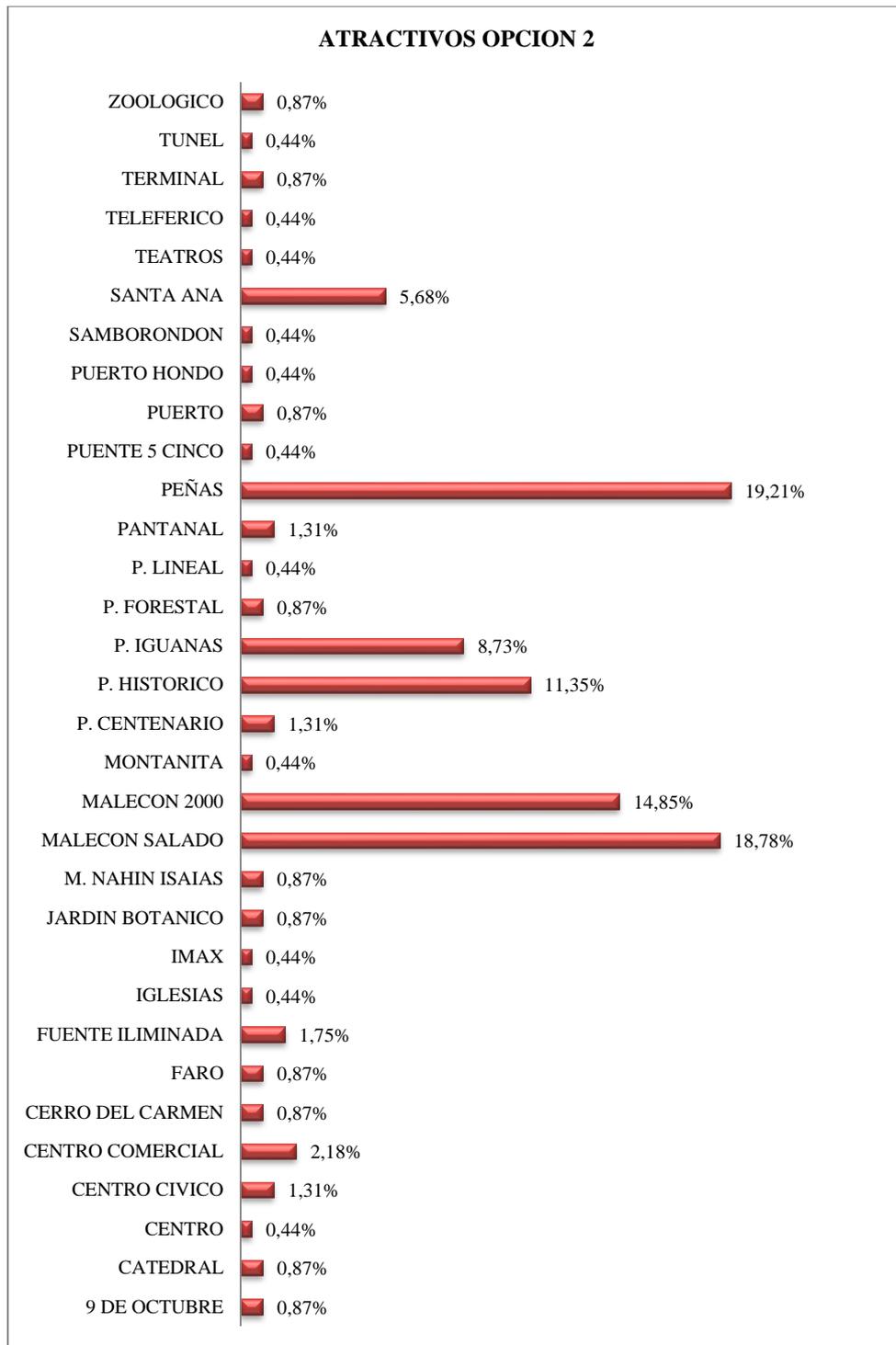
Es decir, que la ciudadanía considera al Malecón 2000 y Barrio las Peñas como los principales atractivos de Guayaquil.

Sin embargo, pese a que algunas personas indicaron conocer los atractivos de Guayaquil, se pudo apreciar el desconocimiento de las jurisdicciones de algunos sectores como "Salinas" y "Montañita" que no pertenecen a la ciudad de Guayaquil.



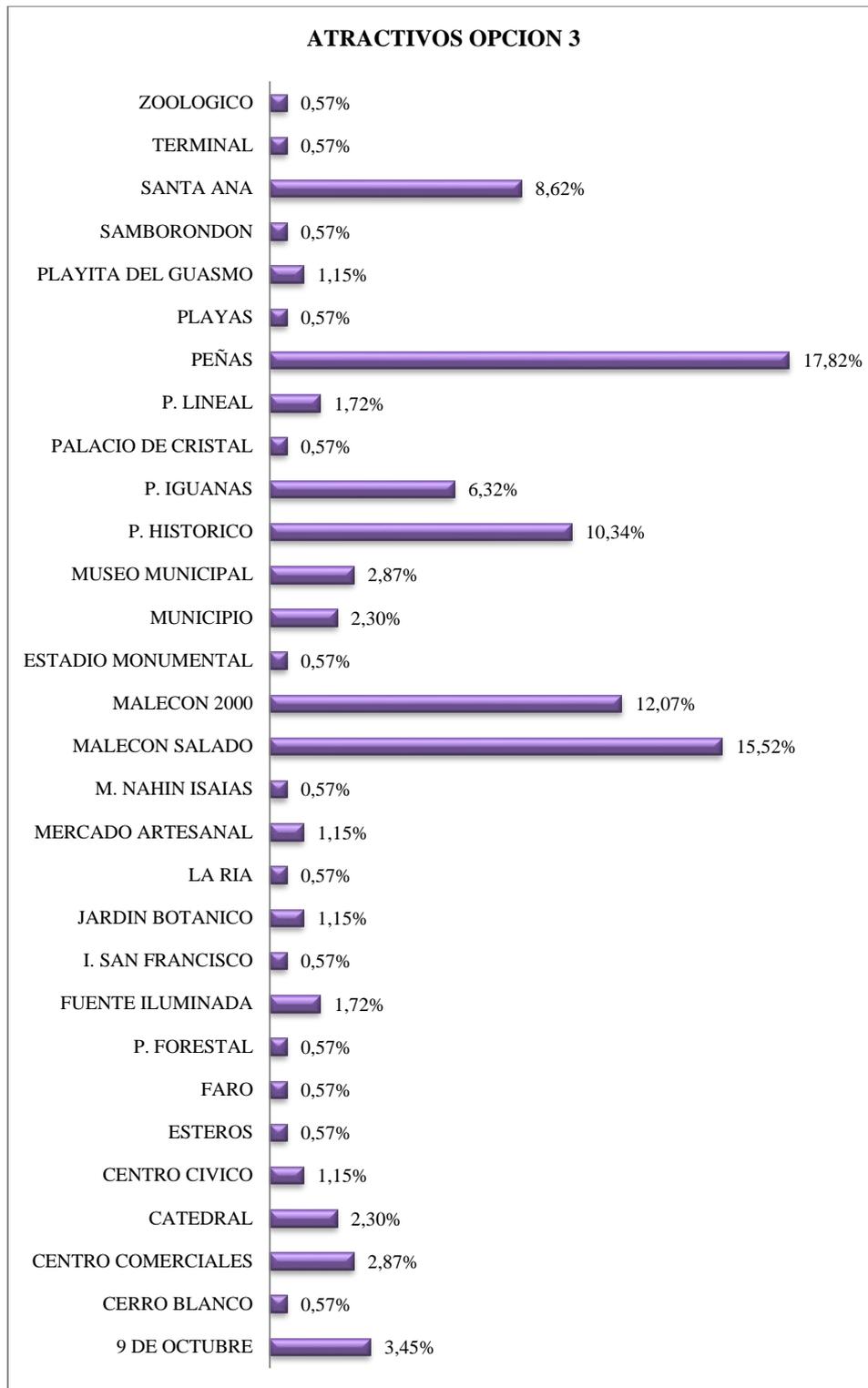
**Gráfico 16. Opción 1 de Atractivos, 255 encuestados**

**Fuente: Investigación de campo**



**Gráfico 17. Opción 2 de Atractivos, 255 encuestados**

**Fuente: Investigación de campo**



**Gráfico 18. Opción 3 de Atractivos, 255 encuestados**

**Fuente: Investigación de campo**

## 11. ¿Ha disfrutado de la comida guayaquileña?

En relación a la gastronomía local, el 84.43% indicó haberla disfrutado; mientras que el 15.57% respondió que No.



Gráfico 19. Ha disfrutado la gastronomía de Guayaquil

Fuente: Investigación de campo

Sobre aquellos ciudadanos que indicaron haber disfrutado de la gastronomía guayaquileña, se les preguntó por aquellos platos típicos de la ciudad y los resultados fueron los siguientes:

### *Platos no guayaquileños*

Fue necesario clasificar las respuestas de esta forma ya que se evidenció que algunos ciudadanos no conocen cuales son los platos típicos de Guayaquil y esto se puede apreciar en los siguientes resultados:

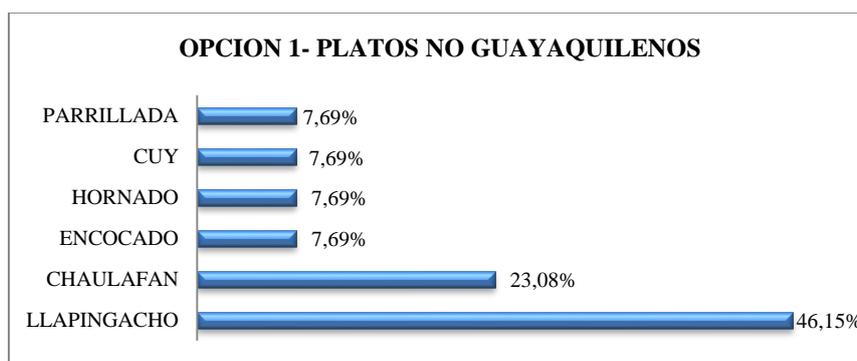
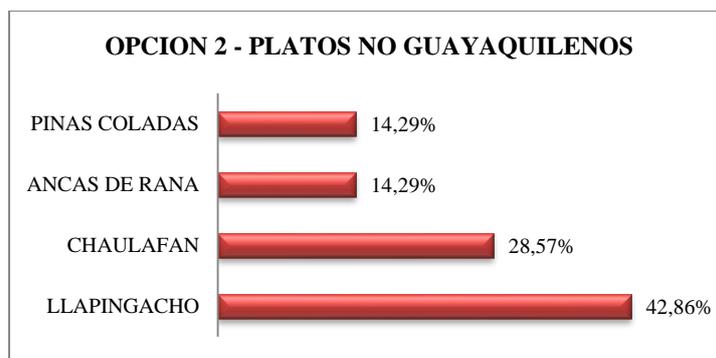


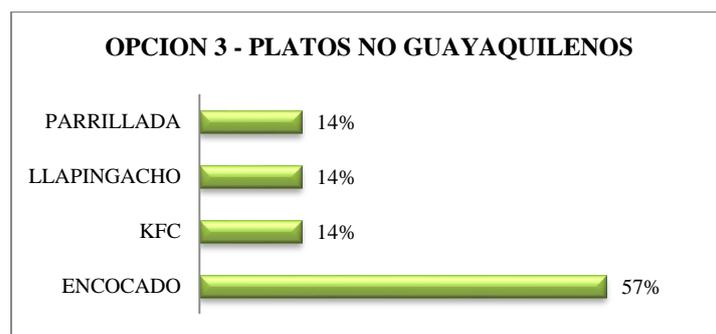
Gráfico 20. Platos No guayaquileños opción 1

Fuente: Investigación de campo



**Gráfico 21. Platos No guayaquileños opción 2**

Fuente: Investigación de campo



**Gráfico 22. Platos No guayaquileños opción 3**

Fuente: Investigación de campo

En relación a los platos no guayaquileños, los resultados reflejan lo siguiente:

- Según el gráfico 20, Opción 1 de platos no guayaquileños, consideran al Llapingacho con 46.15%
- Según el gráfico 21, Opción 2 de platos no guayaquileños, consideran al Llapingacho con 42.86%
- Según el gráfico 22, Opción 3 de platos no guayaquileños, consideran al Encocado con 57%

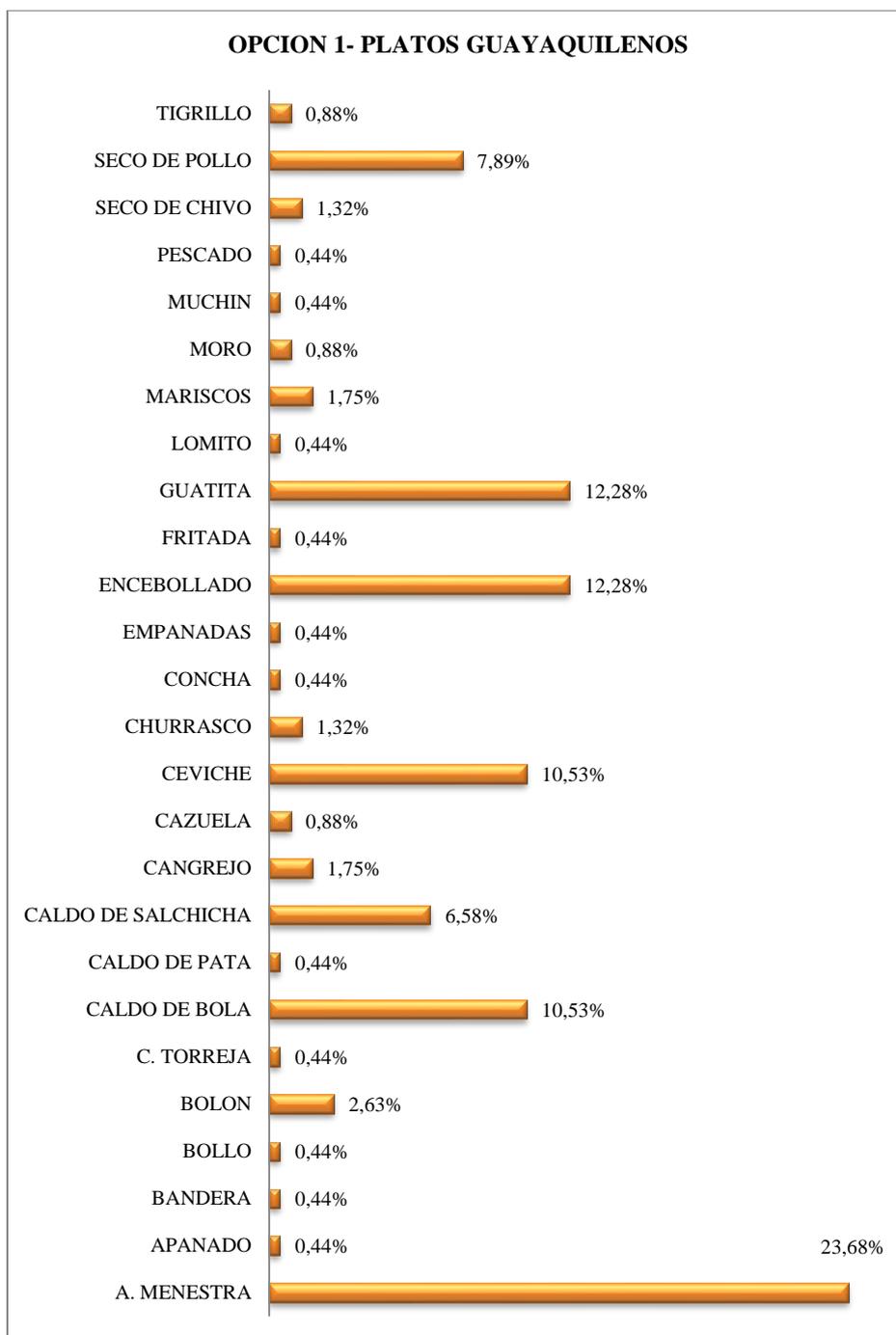
Es decir, que la ciudadanía considera entre los platos más mencionados al Llapingacho y al Encocado como propio de Guayaquil, a pesar de que estos platos no son guayaquileños.

### ***Platos Guayaquileños***

En referencia a aquellos platos considerados como guayaquileños, se pudo apreciar lo siguiente:

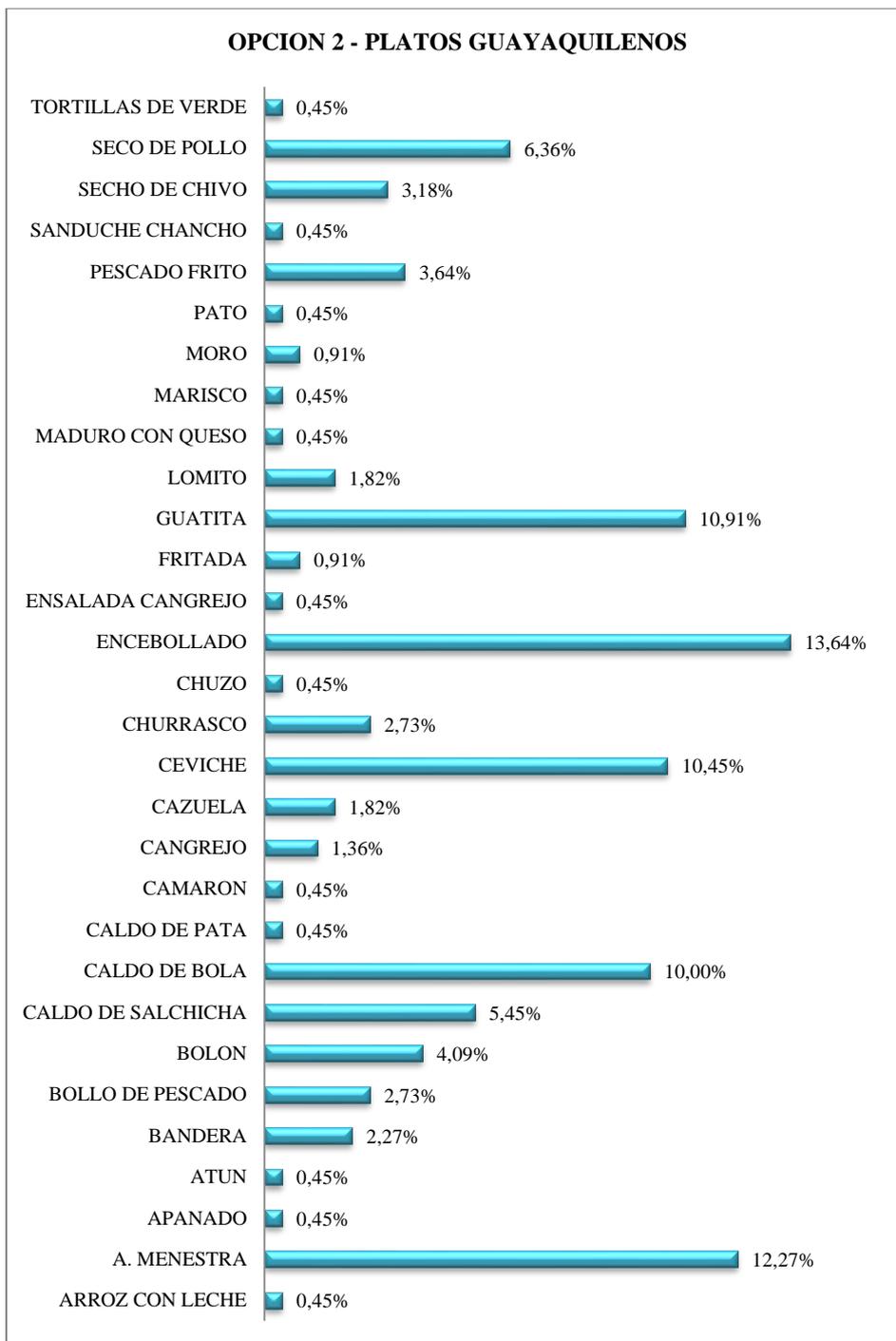
- Según el gráfico 23, Opción 1 de platos guayaquileños, 261 encuestados, la respuesta que tuvo mayor participación fue el Arroz con Menestra con 23.68%
- Según el gráfico 24, Opción 2 de platos guayaquileños, 261 encuestados, la respuesta que tuvo mayor participación fue el Encebollado con 13.64%
- Según el gráfico 25, Opción 3 de platos guayaquileños, 261 encuestados, la respuesta que tuvo mayor participación fue el Encebollado con 18.67%

Es decir, que la ciudadanía considera al arroz con menestra y encebollado como los principales platos típicos de Guayaquil.



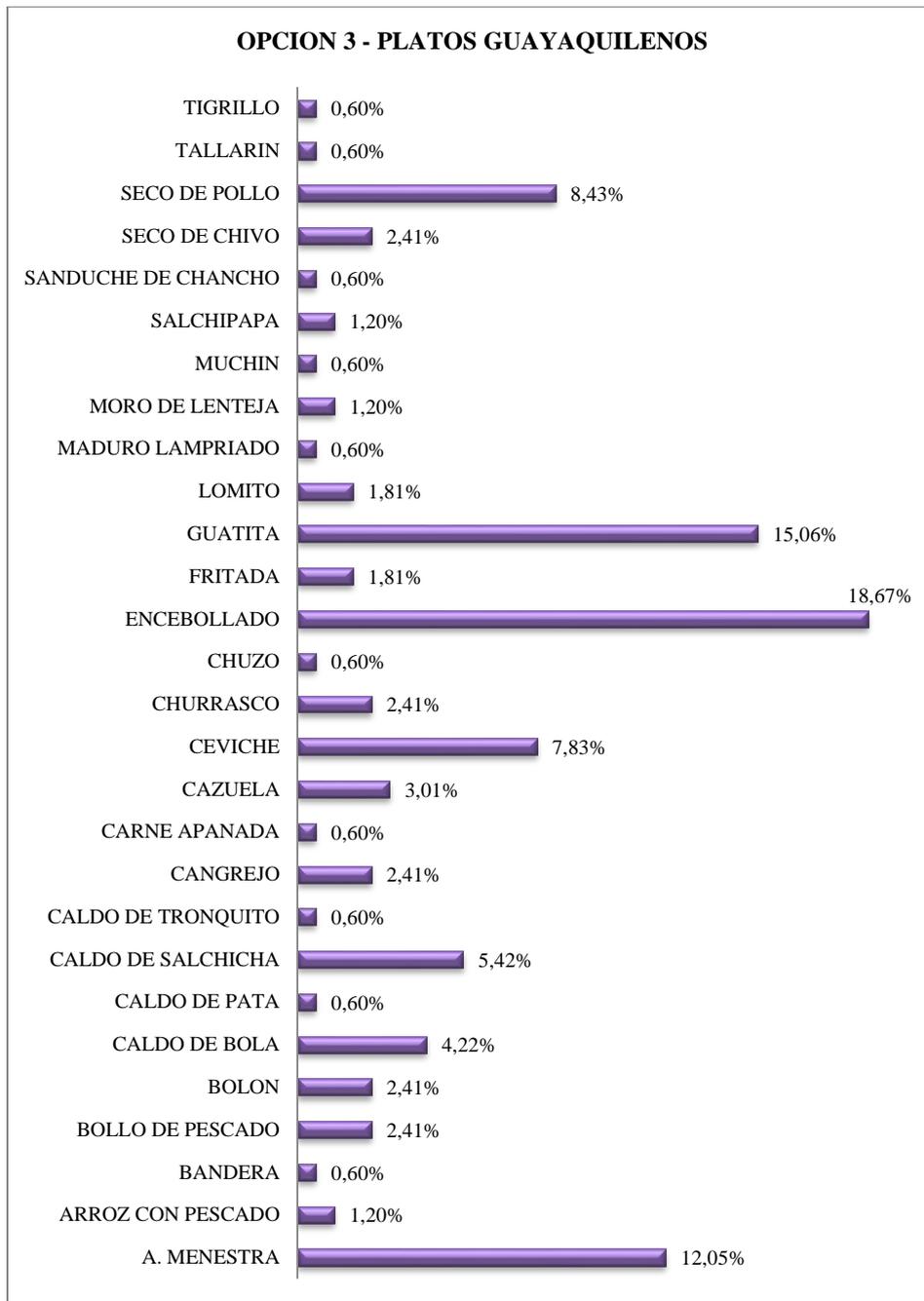
**Gráfico 23. Platos guayaquileños opción 1**

**Fuente: Investigación de campo**



**Gráfico 24. Platos guayaquileños opción 2**

**Fuente: Investigación de campo**



**Gráfico 25. Platos guayaquileños opción 3**

**Fuente:** Investigación de campo

## 12. ¿Le gustaría realizar una ruta turística cultural-gastronómica en la ciudad de Guayaquil?

Con la finalidad de establecer la aceptación de la creación de una ruta cultural-gastronómica, se consultó a la ciudadanía sobre su decisión de participar en ella, y los resultados fueron favorables, puesto que la mayoría (82.35%) estuvo de acuerdo con la creación de esta interesante alternativa para el desarrollo turístico.

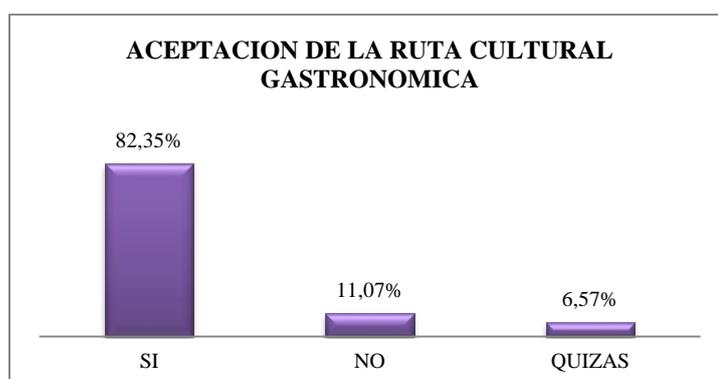


Gráfico 26. Aceptación de la propuesta

Fuente: Investigación de campo

## 13. ¿Cuántos días podría dedicarle para realizar la ruta turística cultural-gastronómica en la ciudad de Guayaquil?

Si se pusiera en marcha la ruta, la mayoría de las personas acudirían por lo menos dos días para degustar de los platos que se presentasen en la misma y para conocer la cultura de la ciudad.(43.68%).

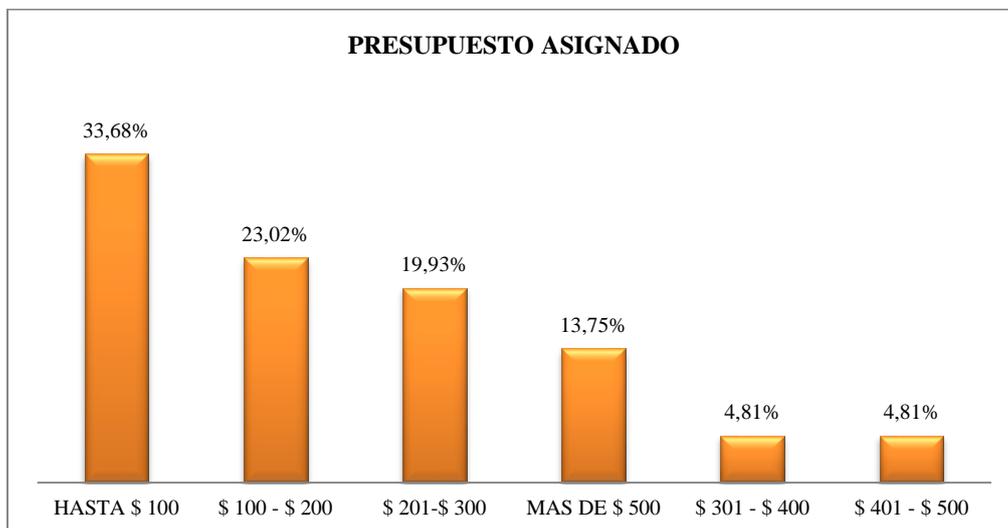


Gráfico 27. Días dedicados a la Ruta

Fuente: Investigación de campo

**14. ¿Qué cantidad de dinero presupuesta generalmente para realizar actividades turísticas (vacaciones, entretenimiento)?**

Respecto al presupuesto asignado por los encuestados para la cobertura de gastos por concepto de turismo, la mayoría indicó que hasta \$ 100.00 generalmente están dispuestos a gastar (33.68%), seguido por aquellos que gastarían entre \$ 100 y \$ 200 (23.02%), entre \$ 201 y \$ 300 (19.93%) y más de \$ 500 (13.75%).



**Gráfico 28. Presupuesto asignado**

**Fuente: Investigación de campo**

15. De los siguientes lugares, enumérelos de acuerdo a su importancia:

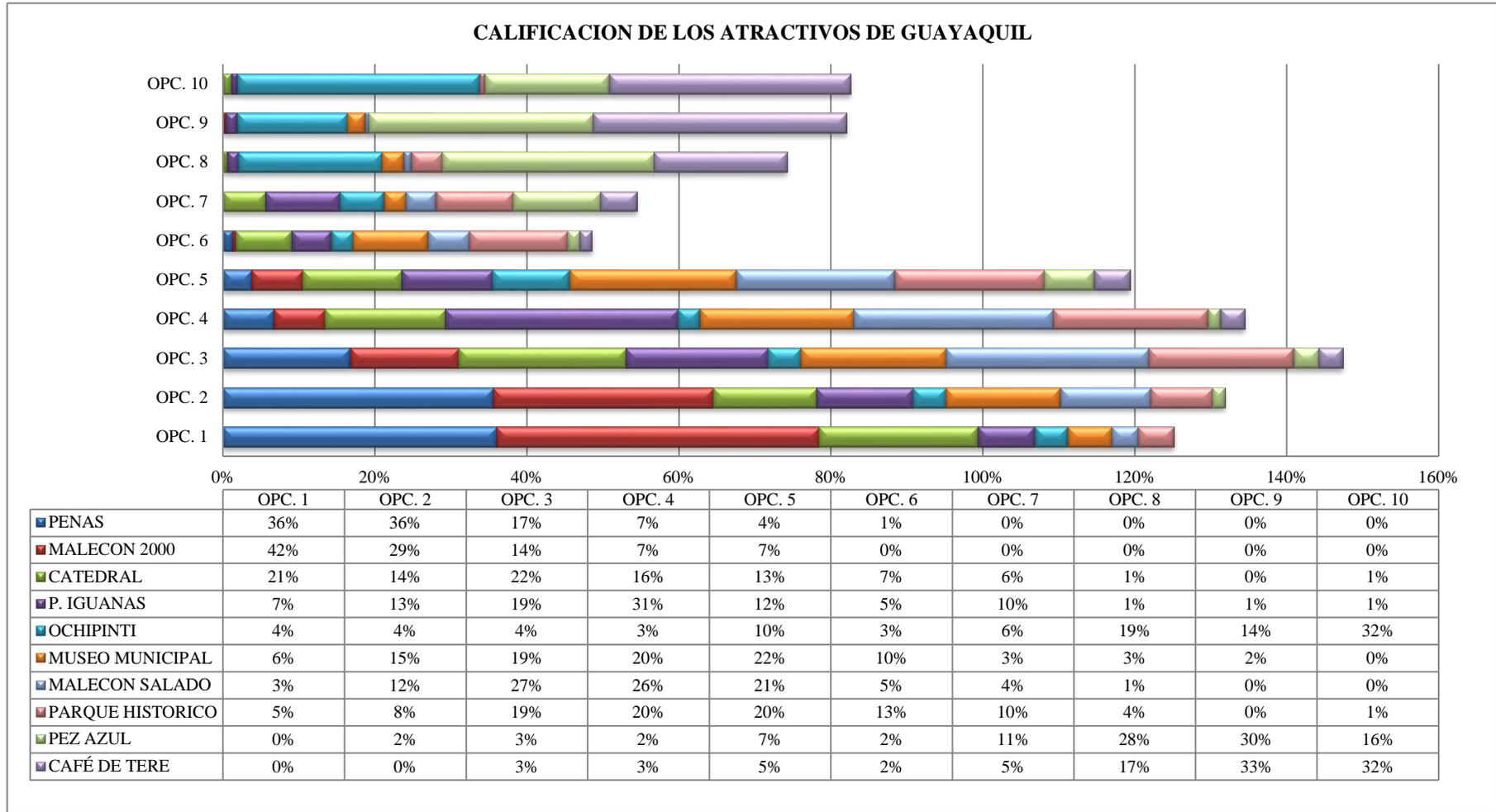
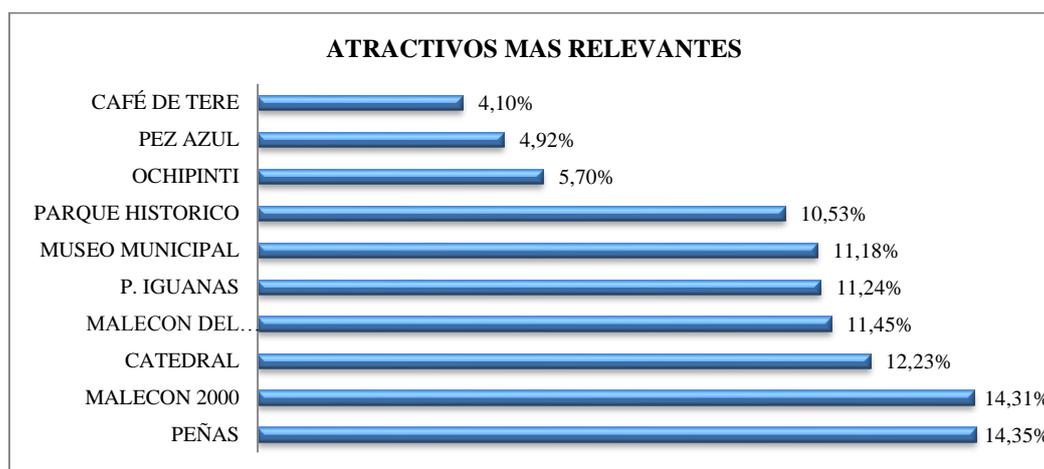


Gráfico 29. Calificación de los atractivos turísticos de Guayaquil

Fuente: Investigación de campo

Finalmente, se quiso conocer cuáles son los lugares de Guayaquil que mayor importancia representan para la ciudadanía, y los resultados fueron los siguientes:



**Gráfico 30. Atractivos más relevantes de Guayaquil**

Fuente: Investigación de campo

De acuerdo al criterio de la mayoría de las personas, ese sería el orden de importancia que tendrían los atractivos previamente descritos.

### *3.4.1 Análisis de Mercados Segmentados*

Con la finalidad de definir el mercado al cual se planea dirigir la propuesta, se hizo una segmentación del mercado de acuerdo a ciertas características, tal y como se presenta a continuación:

#### **1. Tipo de Turismo realizado por personas cuyo presupuesto es mayor a \$ 500.00**



**Gráfico 31. Segmentación por tipo de turismo**

Fuente: Investigación de campo

En relación a las personas que tienen asignado un presupuesto de gastos por concepto de turismo mayor a \$ 500.00, se puede apreciar que el turismo de preferencia de la mayoría es Sol y Playa, representado por 42.55%, seguido por Turismo Cultural con 25.53% y Turismo de Aventura con 19.15%. Ocupando posiciones menos privilegiadas están el Turismo Rural con 8.51% y Turismo Religioso 4.26%.

**2. Del 4.81% de turistas, que para actividades de turismo presupuestan mayor a \$500, se encuentran las siguientes edades:**

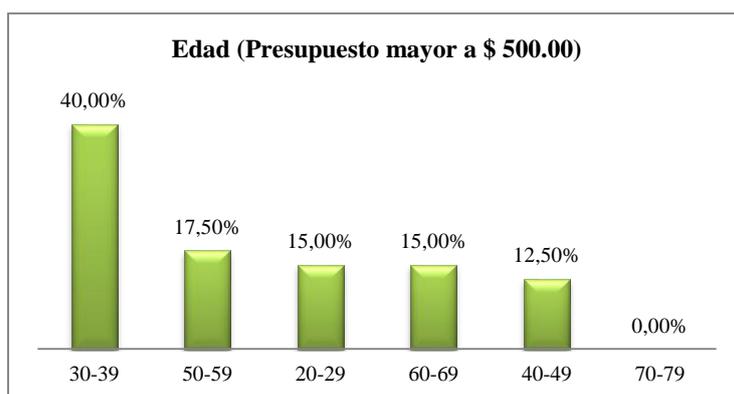


Gráfico 32. Segmentación por edad

Fuente: Investigación de campo

En relación a las edades de los encuestados cuyo presupuesto asignado para turismo es mayor a \$ 500.00, se puede apreciar que el 40% tiene una edad de 30 a 39 años, seguidos por las personas de 50 a 59 años (17.50%) y con el mismo porcentaje las personas cuyas edades oscilan entre los 20 y 29 años; y 60-69 años (15%)

**3. Turismo que realizan encuestados entre 40-74 años**

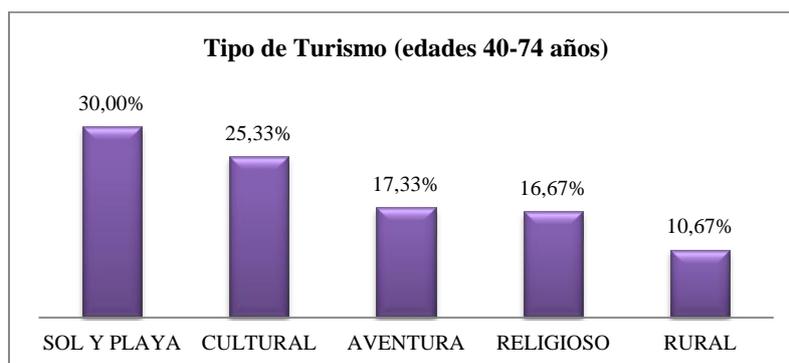


Gráfico 33. Segmentación por turismo y edad

Fuente: Investigación de campo

Respecto al turismo que prefieren la mayoría de los encuestados cuyas edades oscilan entre los 40 y 74 años, se puede apreciar que el turismo de Sol y Playa tiene mayor participación (30%), seguido por el Turismo Cultural (25.33%), como los tipos de turismo que más se destacan. Sin embargo, una participación significativa tienen también los turismo de Aventura, Religioso y Rural con 17.33%, 16.67% y 10.67% respectivamente.

#### 4. Del 53.92% de turistas que prefieren la Costa, se encuentran las siguientes edades:

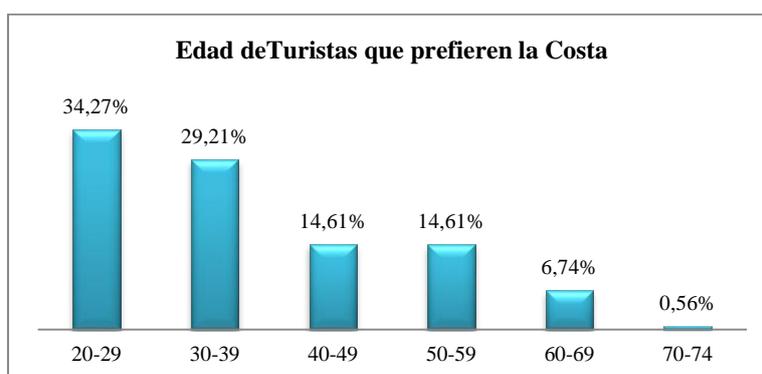


Gráfico 34. Segmentación por edad y preferencias

Fuente: Investigación de campo

De acuerdo a las edades de los encuestados que prefieren a la región Costa, se puede apreciar un orden escalonado, ocupando el primer lugar los rangos de edades de 20-29 años con 34.27%, seguidos por las edades entre 30-39 años (29.21%) y por debajo del 15% se encuentran las edades entre 40 y 74 años.

#### 5. Del 33.33% de turistas que prefieren Turismo Sol y Playa, se encuentran las siguientes edades:

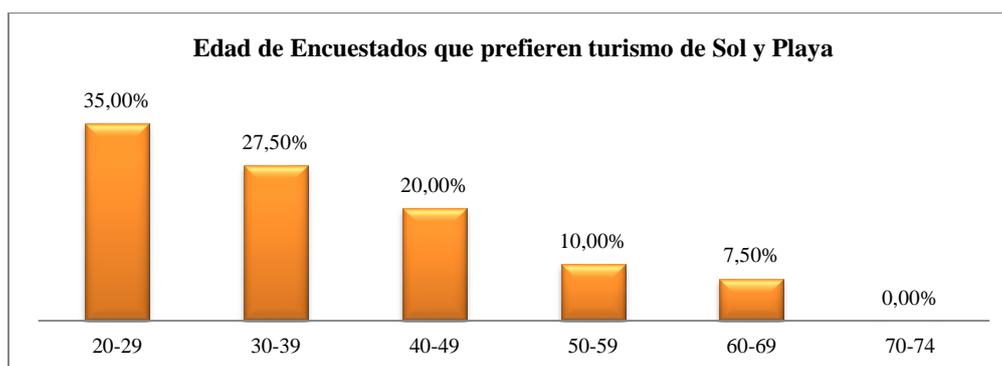


Gráfico 35. Segmentación por tipo de turismo y edad

Fuente: Investigación de campo

Respecto a las edades de los turistas que prefieren realizar turismo de Sol y Playa, queda claro que el resultado es similar al anterior, ocupando el primer lugar con 35% el rango de edades entre 20-29 años, seguido por 30-39 años (27.50%) y 40-49 años (20%). Por debajo del 10% se pueden apreciar los rangos de edades a partir de los 50 años.

**6. Del 23.14% de turistas que prefieren Turismo Cultural, se encuentran las siguientes edades:**

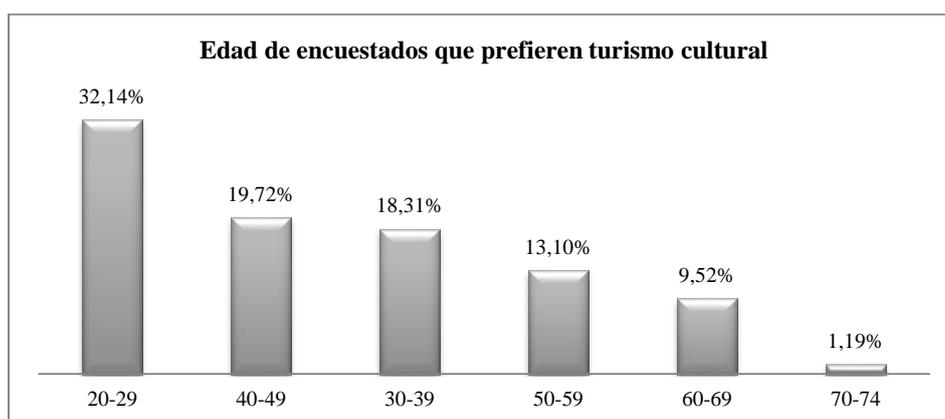


Gráfico 36. Segmentación por tipo de turismo y edad

Fuente: Investigación de campo

Finalmente, las edades de los encuestados que prefieren realizar Turismo Cultural, en su gran mayoría (38.03%) son jóvenes entre 20-29 años, seguidos por las personas cuyas edades oscilan entre 40-49 años (19.72%); los rangos de edades entre 40 a 74 años, conforman el resto de la participación en este tipo de turismo.

## 16. Sector de procedencia de los encuestados

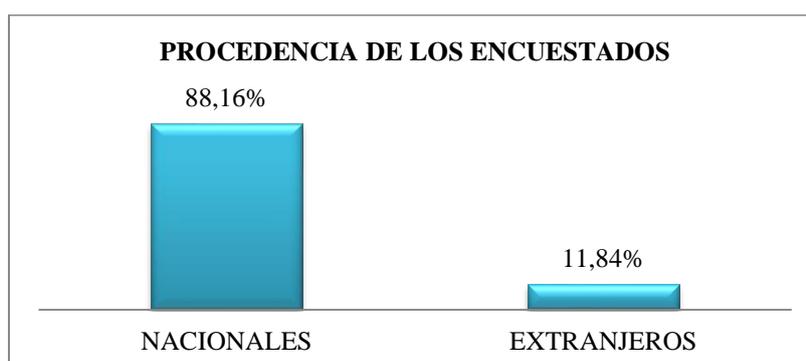


Gráfico 37. Procedencia de encuestados

Fuente: Investigación de campo

En relación al sector de procedencia de los encuestados, se puede apreciar que en su mayoría (88.16%) son de nacionalidad ecuatoriana, mientras que el 11.84% restante son de procedencia extranjera, tal como se explicó anteriormente, dentro de este grupo predominaba el criterio de aquellos ciudadanos provenientes de países vecinos como Perú y Colombia.

### ***3.4.2 Análisis e Interpretación de Datos.***

Los resultados del análisis de los datos obtenidos reflejan que el 80.53% de los encuestados realizan turismo y de este porcentaje el 93.85% lo realiza localmente, es decir en Ecuador. La ciudad de Guayaquil es considerada como una de las principales alternativas de turismo, lo cual se puede evidenciar en el alto porcentaje de personas que respondieron positivamente a esta pregunta (88.58%), pero al analizar el perfil de los encuestados se puede apreciar que los jóvenes comprendidos entre 20 y 39 años con una participación de 51.98% son quienes prefieren realizar turismo, sin embargo, esto nos lleva a que su selección sea "la visita a las playas" como la principal actividad a realizar durante su viaje. De esta forma se puede deducir que estas personas utilizan a la ciudad de Guayaquil como un punto referencial para dirigirse finalmente a las playas, que es donde realmente disfrutan más de sus vacaciones.

El turismo cultural es otra opción dentro de las seleccionadas por los encuestados, sin embargo, podemos darnos cuenta de que no existe el real conocimiento de lo que es el turismo cultural, esto lo vemos reflejado en que los encuestados no tienen un concepto claro de la cultura y no identifican fácilmente los íconos de Guayaquil, ya que a pesar de que respondían que prefieren realizar Turismo Cultural, se contradecían en aquellas preguntas en donde preferían visitar la playa, antes que un museo, parque, etc., y a pesar de que contestaban que conocían los atractivos de Guayaquil, al momento de solicitar que se mencionen algunos, no los identificaban, esto hace notar claramente que el Turismo Cultural no está bien definido, ni identificado.

Es importante destacar la influencia de criterios obtenidos de 45 extranjeros encuestados (11.84%), donde los países vecinos de Colombia y Perú, contribuyen en mayor porcentaje al desarrollo turístico de la ciudad con una incidencia de 33% y 11% respectivamente. Por lo que hemos analizado en dos grupos, unos de extranjeros y otro de personas nacionales con un 88.16% del total de personas encuestadas.

Son los feriados las épocas de mayor preferencia para los encuestados (26.32%), quienes aprovechan estos días libres para viajar con sus familiares (41.10%) y/o amigos (33.33%), dependiendo de la ocasión, sin embargo también mencionaron en un 18.75% que su frecuencia de turismo lo realizan cada 6 meses, para lo cual su presupuesto trata de al menos ser de \$ 100.00 para gastos del viaje (33.68%), tomando 2 días en actividades de turismo con un 40.53%

La puesta en marcha de una ruta cultural - gastronómica en la ciudad de Guayaquil es visto de una forma positiva por la ciudadanía (82.35%), dedicándole a esta ruta 2 días que fue el porcentaje que más predominó con un 43.68%, quienes ven en ella la oportunidad de distraerse un poco, visitar los lugares de su preferencia y así mismo deleitarse con los manjares locales, entre los que el arroz con menestra, encebollado, guatita y ceviches son los más apetecidos por los visitantes a Guayaquil.

Asimismo se notó cierto grado de desconocimiento de algunos ciudadanos que indicaron como platos típicos de Guayaquil a Encocado, KFC o al Chaulafán, para lo cual se cree conveniente intervenir como una de las primeras actividades de la ruta: el aprendizaje de la gastronomía local.

Respecto a los atractivos turísticos de la ciudad, los resultados mostraron que el Malecón 2000 y el Barrio de las Penas, constituyen un icono de la cultura y orgullo guayaquileño pues, fueron los lugares que mayor participación tuvieron como respuestas por parte de la ciudadanía.

Con la información obtenida y a fin de tener un escenario diferente de la realidad analizada, se procedió a realizar un estudio segmentado, enfocándonos básicamente en los siguientes parámetros: respecto a los encuestados cuyo presupuesto asignado para concepto de turismo era mayor a \$ 500.00, el 42% prefiere la realización de turismo de Sol y Playa, esto se puede dar como resultado de la joven población que se encuentra dentro de este rango, ya que aquellas personas cuyas edades están entre 30-39 con un porcentaje de 40% presupuestan más de \$500 para actividades de turismo de Sol y Playa. Por esta razón, se realizó una mayor segmentación, enfocándonos en los rangos de edades entre 40-74 años para determinar el tipo de turismo que ellos prefieren y los resultados revelaron que de igual forma el Turismo de Sol y Playa ocupaba el primer puesto con 30%

Por otra parte se quiso saber las edades de los turistas que prefieren viajar a la Costa y así mismo se puede observar que gustan del Turismo de Sol y Playa con un 34.27%, aquellas personas que están en el rango de 20-29 años. Por último se segmentó las edades de los turistas que prefieren realizar turismo cultural, obteniendo como resultado aquellas personas que están en el rango de 20-29 años con un 38.03%, esto significa que más del 50% de los turistas se inclinan por realizar Turismo Sol y Playa

### ***Identificación de los lugares turísticos de Guayaquil***

Para el efecto se entrevistó al Sr. Gino Molinari, Presidente de la Comisión de Desarrollo Turístico de Guayaquil e indicó que de acuerdo a votaciones realizadas se seleccionaron como íconos del turismo cultural en la ciudad de Guayaquil, a los 7 siguientes lugares y monumentos:

1. Malecón 2000
2. Cerro Santa Ana-Peñas
3. El Hemiciclo de la Rotonda
4. Malecón del Salado
5. Catedral Metropolitana
6. Palacio Municipal
7. Torre del Reloj

### ***Información de las empresas turísticas que ofrecen paquetes de turismo cultural***

Respecto a empresas que brinden este tipo de servicio, el Sr. Molinari manifestó que en realidad la ciudad de Guayaquil carece de empresas que promuevan este tipo de turismo, por lo cual es importante promocionar en la gente la valoración y aprecio del bien patrimonial.

### **Conclusión**

Una vez analizada la información de las encuestas se ha podido determinar que las personas que visitan Guayaquil generalmente lo hacen para utilizarla como sitio de negocios, o lugar de tránsito para efectuar sus visitas a las playas, de igual manera, se ha determinado, que las personas que dicen realizar turismo cultural en Guayaquil, solo identifican los iconos más

representativos de la cultura de la ciudad, sin que realmente puedan tener la información necesaria de los sitios visitados y poder adentrarse a la cultura de la Ciudad de Guayaquil.

Por lo que desarrollar una propuesta de turismo cultural es importante con la finalidad de promover en los ciudadanos locales, principalmente, una gestión educativa que les ayude a conocer, valorar y preservar el patrimonio del que ellos también forman parte, no solo en el aspecto gastronómico, sino también en su cultura y costumbres. Razón por la cual, como conclusión final se puede indicar lo siguiente:

1. Existe preferencia por realizar turismo de Sol y Playa como primera opción y se toman por lo menos 2 días, se puede aprovechar la estadía en Guayaquil para desarrollar el turismo en la ciudad antes de que partan para la playa.
2. Debido al escaso conocimiento sobre turismo cultural, se propone la implementación de una ruta turística que ofrezca información necesaria con un precio adecuado para que la gente se anime a ir, ya que generalmente el factor económico es fundamental en la decisión del turista; esto se evidencia en el presupuesto asignado, que en este caso trate de ser lo menos costoso posible para el desarrollo de este tipo de actividades, pues la mayoría está dispuesta a gastar hasta \$ 100 para este efecto.
3. Se cataloga a la ciudadanía guayaquileña como una sociedad que prefiere no gastar mucho dinero y si algo es gratis tiene mayor aceptación que algo con precio.
4. Finalmente, se cree necesaria la implementación de una campaña de promoción para incentivar el desarrollo del turismo cultural en la ciudad de Guayaquil, sobretodo debe ser impulsado en la juventud, de manera que cuando sean mayores aprendan a valorar y rescatar sus costumbres locales, y con esto rescatar la cultura que no está bien definida en los ecuatorianos, así mismo debido al desconocimiento de la comida guayaquileña se debe realizar una campaña para el aprendizaje de la gastronomía local.

### 3.4.3 Clasificación de sitios culturales de Guayaquil

En relación a los atractivos turísticos según la opinión de los encuestados, se ha hecho una clasificación y un breve análisis de aquellos que son culturales propiamente dicho, entendiéndose como atractivo turístico cultural según estudios realizados por J. Montaner, que en su libro *Diccionario de Turismo*, Madrid, Síntesis, 1998, expone la siguiente clasificación de las actividades culturales:

- a) Visitas a lugares históricos, como: monumentos, museos, rutas e itinerarios histórico- artísticos, monumentales, etc.
- b) Las manifestaciones culturales y de espectáculos: a través de festivales de música, cine teatro, representaciones religiosas, conciertos y ciclos de ópera, exposiciones de arte, pintura, escultura, fotografía, etc.
- c) Manifestaciones folklóricas, gastronómicas y de artesanía, a través de fiestas mayores y típicas, festivales folclóricos, musicales, jornadas gastronómicas o decursos de cocina, exposiciones y cursos de artesanía.

Según esta clasificación se ha seleccionado los siguientes atractivos turísticos culturales de la ciudad de Guayaquil:



**Barrio de las Peñas:** Las Peñas es considerado como el barrio existente más antiguo de Guayaquil; sus casas datan de más de un siglo. Se encuentra ubicada en el Cerro Santa Ana y alberga casas que pertenecieron a importantes personajes de la historia ecuatoriana. Las Peñas era hasta

hace algún tiempo un barrio un poco abandonado donde sólo habitaban algunos artistas de la ciudad, pero en los últimos años, ha sido rescatado para convertirse en uno de los puntos turísticos más importantes de la ciudad. La calle Numa Pompilio Llona se encuentra en este sector y en su recorrido existen galerías de artes, ventas de artesanías, área de exposiciones, música y demás actividades culturales de la ciudad de Guayaquil.

### **Malecón 2000**

El malecón frente al río Guayas, o paseo marítimo, que una vez fue el centro de la vida social en Guayaquil. Había caído en el olvido en el siglo XX, pero un ambicioso programa de restauración y construcción del nuevo complejo, lo ha convertido en el lugar de visita obligada en Guayaquil.



El Malecón 2000 se extiende por aproximadamente 2,5 kilómetros (1,5 millas) a lo largo de las orillas del río Guayas. Su curso está marcado con jardines mostrando las plantas nativas de la región. Es un lugar agradable y perfectamente seguro para caminar, y une algunos de los principales lugares de interés de la ciudad: El Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo, el Planetario y el cine IMAX. El punto central y culminante del paseo marítimo, es la Rotonda, un monumento dedicado a Simón Bolívar y José de San Martín, quienes se reunieron en Guayaquil durante la Guerra de Independencia. Cerca de allí, se encuentra la torre del reloj, construido en estilo morisco tradicional. En el extremo sur del Malecón, el Mercado Sur, es un estudio de arquitectura de vidrio de principios del siglo XX. Cabe indicar que el Malecón 2000 a pesar de ser considerado uno de los lugares en donde se refleja la cultura de la ciudad de Guayaquil, los visitantes acuden a este lugar a pasear y tomar fotos a sitios de su interés, pero no existe información sobre la cultura de la ciudad para su enriquecimiento cultural.

### **Palacio de Cristal:**

Conocido como el Mercado Sur de Guayaquil, donde por cerca de 90 años servía para el expendio de verduras, frutas, pescado, entre otros productos de consumo interno. Hoy en día, gracias a la regeneración urbana del Puerto Principal, sufrió un vertiginoso cambio que lo llevó a convertirse en una joya arquitectónica, que lleva el nombre de Palacio de Cristal. Esta espectacular obra está ubicada al sur del Malecón 2000, junto al Club de la Unión, en el sector 1A.

El Palacio de Cristal fue declarado Patrimonio Histórico de la Ciudad, debido a su diseño que data del año 1907. El diseño original del Antiguo Mercado Sur de Guayaquil fue diseñado y construido por los Ingenieros Francisco Manrique



y Carlos Van Ischot, representantes directos de Gustave Eiffel quien fue el constructor de la famosa Torre Eiffel de Paris. Las piezas utilizadas para su construcción fueron traídas directamente desde Bruselas. Fue remodelado en dos ocasiones, por lo que ha logrado mantenerse en pie durante casi un siglo.

El Palacio de Cristal es totalmente transparente, cuenta con una estructura original en hierro forjado con estilo colonial y en su cara interior se instalan paredes de vidrio que hacen ver la edificación como una enorme caja de cristal. En sus contornos se forman piletas donde se refleja la hermosa estructura de una plaza adoquinada sobre la calle Sargento Vargas.

Por su espectacular arquitectura es actualmente utilizado para grandes exposiciones culturales e importantes eventos públicos o privados de la ciudad, es considerado actualmente una de los más emblemáticas construcciones de Guayaquil y uno de los principales centros culturales del país.

**Parque Seminario:** El Parque Seminario o “Parque de las Iguanas” es un pequeño y tradicional parque urbano público ubicado en el sector Rocafuerte en el centro de la ciudad de Guayaquil. En este parque se puede apreciar un monumento a Simón Bolívar, así como también una gran variedad de iguanas.

El parque Seminario colinda por el norte con la calle Clemente Ballén y Millán, por el sur con la calle Diez de Agosto, por el este con la calle Chile y por el oeste con la calle Chimborazo la cual fue regenerada para el uso específico de peatones ya que conecta el parque con la Catedral de Guayaquil. Además de las increíbles iguanas dentro del parque se puede encontrar otros atractivos como el Monumento de los Jabalíes, que fue una donación de la colonia China que habitaba en la ciudad, y fue colocado luego de la inauguración de la estatua del Libertador ocurrida el 24 de julio de 1889. Sobre el pedestal de hormigón se yergue el monumento que en su base presenta una alegoría en bronce de la naturaleza en la cual se desarrolla la lucha de dos jabalíes. El jabalí inferior está atacando en el vientre al otro jabalí.



Después de la estatua, fue instalado la glorieta o kiosco, que ya existía para 1900. No se conoce exactamente quién fue su autor. Sin embargo, se tiene referencias de que fue fundida en los talleres Val Dosme, en Francia, alrededor de 1882. La glorieta tiene una placa octogonal, está emplazada a un costado del parque y coronada arriba por una ornamentación de hierro de forja, que remata el Domo central de color rojo. Su estructura estaba realizada totalmente en hierro forjado, así como su cubierta. También se encuentra la Glorieta o Kiosco, que es parte ya del parque desde 1900. Se desconoce el nombre de su autor, pero se tiene referencias de que fue fundida en los talleres Val Dosme, en Francia, alrededor de 1882. La glorieta tiene una placa octogonal, está emplazada a un costado del parque y coronada arriba por una ornamentación de hierro de forja, que remata el Domo central de color rojo. Su estructura estaba realizada totalmente en hierro forjado, así como su cubierta.

**Iglesia “La Catedral”:** La Catedral ubicada en Calle Chimborazo entre Clemente Ballén y 10 de agosto se constituyó como el segundo templo y primera parroquia eclesiástica de Guayaquil, también llamada Iglesia Matriz, existía desde hace tiempo atrás a manera de una pequeña ramadita manejada por los curas de Santo Domingo que fueron los primeros en asentarse por estos lares, entre los años de 1541 y 1542, tiempo en que se consolida la fundación de la ciudad. Como Iglesia Matriz, tuvo como titular a la Pura y Limpia Concepción de María Santísima, sede importante de la Vicaria de Guayaquil en 1570. En donde veneraban al Apóstol Santiago, Patrón de Guayaquil.

En 1962 la iglesia fue destruida debido a los incendios ocurridos en la ciudad y las múltiples invasiones de piratas, razón por la que no existe un archivo parroquial de la antigua iglesia.

Ya por el año 1695, se la traslada a ciudad nueva, y cambia su categoría a la de Catedral, en esta ubicación se ha mantenido por casi 300 años, solo con variaciones en su arquitectura, por remodelaciones sucesivas realizadas principalmente a fines del siglo XIX.

En el año 1948 se erigió la iglesia con el estilo actual gótico, con vidrieras y su altar de mármol. Su estructura actual dista mucho de la que tuvo en sus inicios.

En su visita a este importante templo católico, podrá observar tres naves por cuyas grandes y espaciosas ventanas ingresa la luz a través de los vitrales. Los pilares se cruzan en lo más alto de las bóvedas formando ojivas. Su estructura está formada por una nave central, una lateral y el crucero que está localizado detrás del altar mayor. En la parte posterior se encuentran dos torres terminadas en agujas con una nave central de Cimbório donde se encuentra la estatua del Cristo Rey, bendiciendo a Guayaquil.

**Parque Histórico:** Ubicado en el sector de Samborondón, es uno de los sitios culturales y naturales más representativos de Guayaquil. Entre sus principales objetivos está la recreación y preservación de la vida silvestre y las tradiciones guayaquileñas para las futuras



generaciones. Además, también dar a conocer, a propios y extraños, la arquitectura urbana de la ciudad costera que predominaba a inicios del siglo XX. Uno de los atractivos de este lugar es la zona de vida silvestre, área que privilegia el ambiente natural de las especies que están en peligro de extinción en estado silvestre. Otro de los encantos que podrá disfrutar es que durante los fines de semana se puede observar la vida cotidiana del Guayaquil de antaño; personas vestidas a la moda francesa, muy popular en la época, y vendedores ambulantes de golosinas y tabacos. Se puede disfrutar del tranvía eléctrico o de carretas que eran tiradas por mulares, además se dispone de un mirador, de 11 metros de altura, que le dará la oportunidad de ver el bosque con toda su dimensión.



**Museo Nahím Isaías:** El Museo Nahím Isaías B., ubicado en la Plaza de la Administración de Guayaquil, Pichincha y Clemente Ballén, fue creado gracias a la iniciativa del Sr. Nahím Isaías B., quien, como Gerente General de Filanbanco, impulsó su desarrollo como una forma de responder a las necesidades artísticas y culturales

de Guayaquil. Fue así que, con esmerada dedicación y entusiasmo, reunió una colección de escogidas, importantes y valiosas obras de arte -particularmente pinturas y esculturas- de la célebre Escuela de Arte Colonial Quiteño, y con ellas inició lo que llegaría a convertirse en uno de los museos más importantes no solo de Guayaquil, sino del Ecuador.

Posteriormente el museo se extendió al campo de la arqueología, adquiriendo para el caso valiosas piezas pertenecientes a las principales culturas que habitaron las regiones costaneras del Ecuador actual. Fue así que el 20 de julio de 1996 abrió su área arqueológica con la muestra permanente *“Culturas Prehispánicas del Litoral Ecuatoriano”*. Esta sección del

museo, por sus características, la gran cantidad de piezas y el debido ordenamiento que mantiene cada una de ellas, convierte al Museo Nahím Isaías B. en un invaluable recurso de investigación y consulta para conocer más de cerca sobre esas importantes y milenarias culturas.

### **Malecón del Salado**

El Malecón del Salado ubicado en la Av. 9 de Octubre, con vista a un estuario y al golfo de Guayaquil, es uno de los mejores lugares en la ciudad para la puesta de sol. El paseo también cuenta con espacios culturales, restaurantes de mariscos, parques y jardines, repartidos en su recorrido de medio kilómetro.



El detalle que más sobresale en el Malecón del Salado es el puente peatonal colgante, que tiene una longitud de 55 metros, en forma de arco y que une el bloque norte y sur de esta obra de dos plantas, que es el símbolo del nuevo Malecón. Este diseño del puente colgante de torsión es de origen austriaco. Desde este sector usted podrá disfrutar de una espectacular vista de la avenida 9 de Octubre, de locales de comida, el Parque de la Ciudadela Ferroviaria, el Parque Guayaquil y la compañía del estero. Siendo este otro centro de recreación familiar.

La primera sección consta de dos bloques unidos por un puente peatonal que cruza el Puente 5 de junio, para poder apreciar el estero y actividades afines que se realizan en este brazo de mar. En ellas hay locales con patio de comidas y restaurantes con variedad de menús, un espejo de agua que bordea ambos bloques, 66 espacios de parqueos y servicios higiénicos.

El Parque de la Ciudadela Ferroviaria está conformado por juegos infantiles, áreas verdes y puentes peatonales, mobiliario urbano y módulos de madera concesionados para expendio de comidas rápidas. Se puede caminar fácilmente de un lado a otro por un espacio junto al Puente 5 de Junio.

La Plaza Rodolfo Baquerizo Moreno conocida como Parque Guayaquil, ha sido renovada, para que su parte central sea núcleo para exposiciones, dándole más versatilidad a la zona.

El monumento a Assad Bucaram y el Obelisco ahora rodeado por una laguna que se unirá a la existente en el bloque norte, es otro de los lugares visitados.

En la zona oeste existe un tramo que une los puentes 5 de Junio y el Velero, del lado del colegio Vicente Rocafuerte, en el centro oeste, se encuentran dos plazas recreativas: la primera denominada de los Escritores, en la que están grabados los nombres de los escritores más notables del Ecuador, y la segunda llamada de la Salud, que tiene dos espejos de agua conectados por un pérgola y camineras de adoquines. En el centro se ubica el monumento a Ismael Pérez Pazmiño y cuatro escalinatas que descienden hacia el estero Salado. Hacia el lado de la calle Aguirre se ubica la plaza de mariscos con cuatro locales y baterías sanitarias, área de parqueos y muelles.

**Museo de la Música Julio Jaramillo:** El museo de la Música ubicado en el Puerto Santa Ana, Edificio No. 3, 2do piso, en su recorrido inicia con la primera escuela de la música fundada en nuestra urbe, nos hace un reencuentro histórico a nuestra identidad cultural, rescatando los grandes valores de la música popular guayasense, y recordando hasta el año de fallecimiento del Ruiseñor de América. Este museo está dedicado a honrar las glorias del arte musical guayasense, a través de composiciones, autores e intérpretes a quienes la memoria colectiva guardó fidelidad. También incluye artistas nacionales que hicieron de esta ciudad su residencia permanente.



Realizando un recorrido histórico, enlaza costumbres y tradiciones, marcando la evolución de la música popular y sus cultores a lo largo del siglo XX. Comprende además una visión retrospectiva de la industria fonográfica en el mundo y en el Ecuador, destacando el aporte a los pioneros de la radiodifusión local y de la industria discográfica.



**Museo Presley Norton:** El Museo Presley Norton ubicado en 9 de Octubre y Carchi esquina, propone rendir un homenaje a este reconocido investigador, al buscar promover

los valores científicos y patrimoniales del registro arqueológico, y ofrecer una perspectiva dinámica de nuestro pasado prehispánico. La calidad estética de las piezas exhibidas así como su entorno arquitectónico deslumbra por su belleza. La muestra presentada forma parte de una colección conformada por el arqueólogo Presley Norton y Leonor Pérez. Contiene 8.000 objetos culturales que fueron adquiridos por el Banco del Pacífico en 1978. Desde el 2003, el Banco Central asegura la gestión científica de este patrimonio.

El recorrido de las cinco salas inicia con una descripción del entorno natural de la zona y sus cambios durante los últimos siglos. Se enfatiza aquí el componente cerámico, hilo conductor de la exposición, explicando que éste constituye un indicador fundamental en el entendimiento de las culturas precolombinas y los diversos aspectos de su desarrollo, al ser uno de los principales fundamentos empíricos del cuadro cronológico prehispánico aún vigente en la arqueología ecuatoriana, presenta también el Periodo Formativo y sus tres emblemáticas culturas Valdivia, Machalilla, Chorrera.

La exposición del museo Presley Norton cumple plenamente con sus objetivos: incitar al respeto de los vestigios arqueológicos y de las culturas ancestrales que los crearon a través de un lenguaje asequible que logra no obstante retransmitir la información recopilada por la arqueología del Litoral en las últimas décadas, información que al igual que toda producción científica, requiere una constante profundización y actualización. Porque la investigación es también una forma de respetar nuestro patrimonio.

#### *3.4.4 Clasificación de los platos típicos de Guayaquil*

**Arroz con Menestra y Carne:** El nombre completo de este plato es arroz con menestra de lentejas y carne asada, es un plato típico de la Costa en Ecuador, pero se lo puede encontrar en la casi todas las ciudades del país.

En general la menestra se prepara con lentejas, pero también existen menestras de frejol, en especial la menestra de frejol tierno o bayo bolón. Las lentejas se cocinan lentamente absorbiendo los sabores de la cebolla, pimienta, tomate, ajo, comino y cilantro. El arroz con menestra se sirve con carne asada o carne



frita, pero en ciertas familias suele ser reemplazada la carne con pollo, pescado, chuleta de cerdo o huevo frito.

**Encebollado:** El encebollado de pescado o encebollado de atún es una de las sopas favoritas de los guayaquileños debido a su delicioso sabor, es caliente y refrescante a la vez, pero la preparación es muy sencilla y fácil. El encebollado se puede comer para el desayuno, almuerzo o cena, y como muchos otros platos típicos ecuatorianos es perfecto para la resaca.



**Guatita:** La guatita es un plato típico de Ecuador a base de mondongo – también conocido como librillo, estómago o panza de res/vacuno, callos, menudo, entre otros nombres -, se cocina el mondongo con papas en una rica salsa de maní o cacahuates. Para algunas personas parece un plato exótico de la ciudad debido a su ingrediente principal (mondongo).



**Ceviches:** El ceviche, también llamado cebiche o ceviche, es un plato típico de la costa de Ecuador, obviamente es muy popular en los países latinos y hay muchas versiones diferentes de ceviche. Tan solo en el Ecuador hay varios tipos de ceviches con diferentes mariscos, y uno de los mejores ceviches, pero también el que demora más tiempo en preparar, es el ceviche de pescado debido a que el pescado se cocina en el jugo de limón.



En Ecuador se prepara el ceviche de pescado con corvina, también conocida como merluza, la corvina pertenece a la familia lubina (sea bass en inglés). El ceviche se sirve acompañado de chifles, patacones, tostones o canguil y también de un buen ají. El ceviche también es una excelente cura para la resaca. Entre los

diferentes tipos de ceviche existen: de pescado, de camarón, de pulpo, de conchas, y mixtos; en este último se combinan varios mariscos sea pescado o camarón, o pulpo con concha, de acuerdo a la preferencia del consumidor.

**Caldo de Bola:** Se trata de un caldo de carne al que se le pone como relleno bolas elaboradas con verdes, mitad cocinados, mitad crudos, pero al final, todo va cocinándose hasta obtener la textura deseada. Es un plato completamente mestizo, asegura, al que se le han agregado ingredientes de origen americano como la yuca y el choclo, las ricas pasas traídas por los españoles, entre otros productos.



Un ingrediente infaltable es el maní, el cual se cree que es originario de las regiones tropicales de América del Sur, donde algunas especies crecen de modo silvestre. Su cultivo se viene realizando desde épocas remotas, así, los pueblos indígenas lo cultivaron tal y como queda reflejado en los descubrimientos arqueológicos realizados en varias regiones del Perú.

**Seco de Pollo:** El seco de pollo es otro delicioso plato típico de Ecuador, es uno de esos platos que se te antojan en esos días cuando lo único que quieres es una comida casera de esas que no solo te llenan el estómago sino que también te dejan el corazón contento. El seco de pollo también se conoce como seco de gallina criolla, y se cocina



el pollo o gallina a fuego lento en una salsa de cerveza, cebolla, pimiento, tomate, hierbitas y condimentos; tradicionalmente se usaba chicha en vez de cerveza, pero hoy en día es más común preparar el seco de pollo con cerveza. Esta es una receta fácil de preparar, aunque la cocción se demora un poco, así que hay que prepararlo con anticipación. El seco de pollo se sirve de rigor con arroz amarillo y plátanos fritos, en este caso también lo acompañe con tajitos de aguacates, una ensalada de rábanos y papas enteras doradas en mantequilla.

**CAPÍTULO 4**  
**INFORME TÉCNICO FINAL: PROPUESTA**  
**PLAN DE MARKETING PARA LA INTRODUCCIÓN DE UNA RUTA CULTURAL**  
**GASTRONÓMICA COMO FUENTE DE GENERACIÓN DE INGRESOS PARA EL**  
**SECTOR TURISTICO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

**4.1. Introducción**

La investigación realizada da la pauta para la elaboración de una propuesta denominada "*Ruta Cultural Gastronómica para la ciudad de Guayaquil*" la misma que nace como una propuesta planteada dirigida a la Muy Ilustre Municipalidad con la finalidad de promover el desarrollo turístico de la ciudad, tomando en consideración los campos culturales y gastronómicos de la urbe para incentivar el conocimiento y valoración de la cultura guayaquileña, la misma que, además, se fundamenta en los siguientes aspectos:

1. La situación turística ecuatoriana ha presentado resultados positivos en la última década donde anualmente se reciben cerca de 1'128.000 turistas extranjeros, teniendo un incremento anual de 8% aproximadamente, según datos del Ministerio de Turismo.
2. La oferta y demanda turística tiene mayor movimiento en la ciudad de Guayaquil y se enfoca en brindar actividades de entretenimiento y ocio, dejando un poco relegado otro tipo de turismo como el cultural y gastronómico.
3. La baja competitividad turística del país en relación a otros países latinoamericanos.
4. La negativa balanza turística en Ecuador y el inadecuado aprovechamiento de la infraestructura turística de ciertos atractivos.
5. El turismo de Sol y Playa tiene mayor preferencia para los turistas, sin embargo su estadía es en la ciudad de Guayaquil, y luego se dirigen a estos sectores.
6. La realización de actividades turísticas, de los guayaquileños los define como una sociedad que prefiere gastar poco y con preferencia a actividades gratuitas.

7. La ciudadanía no tiene identificados claramente los atractivos turísticos y gastronómicos locales, por lo que es necesario dar a conocer y concienciar el patrimonio cultural y la valoración de las costumbres locales.

Bajo estas premisas, nace la propuesta de llevar a cabo una "*Ruta Cultural Gastronómica en la ciudad de Guayaquil*" con la finalidad de despertar el interés de los guayaquileños, respecto a sus tradiciones y costumbres, integrando visitas de lugares culturales y atractivos turísticos del sector con la gastronomía local, para el deleite de los paladares de propios y visitantes, de modo que en el corto y largo plazo sea posible formar una sociedad protectora del patrimonio cultural que sea capaz de rescatar esas tradiciones y transmitir las de generación y generación para que permanezcan dentro de la identidad guayaquileña.

Es así como, la entrega de un Plan de Marketing permitirá definir la situación actual del turismo en la ciudad de Guayaquil, cómo está estructurada la industria turística, cuáles son los competidores del mercado y cuál es el perfil del consumidor. De igual forma, se hará un análisis FODA para determinar los aspectos internos y externos que la propuesta debe hacer frente o aprovechar para tener éxito en la puesta en marcha del proyecto; posteriormente, se describirán las rutas y los servicios que incluiría el paquete turístico, las estrategias que captaran la atención de los clientes potenciales y finalmente se evaluará económicamente la propuesta para determinar su factibilidad y viabilidad.

#### 4.2. Análisis Situacional

El turismo cultural forma parte de la industria turística de acuerdo a lo dispuesto por la Organización Mundial del Turismo (OMT); esta industria evidentemente está ligada a ciertas empresas que tienen como finalidad promover su desarrollo; a continuación se exponen los sectores relacionados al turismo:

- **Hotelería:** hoteles, hosterías, pensiones, campings, establecimiento de turismo rural y demás empresas que presten servicio de alojamiento.
- **Alimentación comercial:** restaurantes, bares, cafetería y bufet.
- **Transportes:** aerolíneas, cooperativas de transportes, cruceros y demás empresas que brinden el servicio de transportación masiva.
- **Agencias de viaje**

- *Empresas que difunden actividades de ocio:* cines, discotecas, espectáculos,
- *Organismos de promoción turística:* cámaras y ministerios de turismo local (Esteban & Rubio, 2006).

### Estructura del Sector Turístico en Ecuador

Los datos proporcionados por el Ministerio de Turismo, publicados en el 2010, respecto a la forma en que se estructura el sector turístico en Guayaquil, permiten apreciar que existen 16.660 establecimientos registrados según las categorías de alojamiento, alimentos, transportación, operaciones, intermediación y recreación. En la siguiente tabla es posible apreciar que los dos sectores de mayor concentración de establecimientos son: alimentos y bebidas con una participación de 66.56% y el alojamiento con 21.70%; por su parte el 11.74% restante se reparte entre los sectores de transportación, intermediación, operaciones y recreación.

| ACTIVIDAD                | ESTABLECIMIENTOS | %              |
|--------------------------|------------------|----------------|
| ALOJAMIENTO              | 3,615.00         | 21.70%         |
| ALIMENTOS Y BEBIDAS      | 11,089.00        | 66.56%         |
| TRANSPORTACION           | 363.00           | 2.18%          |
| OPERACIONES              | 566.00           | 3.40%          |
| INTERMEDIACION TURÍSTICA | 838.00           | 5.03%          |
| RECREACION               | 189.00           | 1.13%          |
| <b>TOTAL</b>             | <b>16,660.00</b> | <b>100.00%</b> |

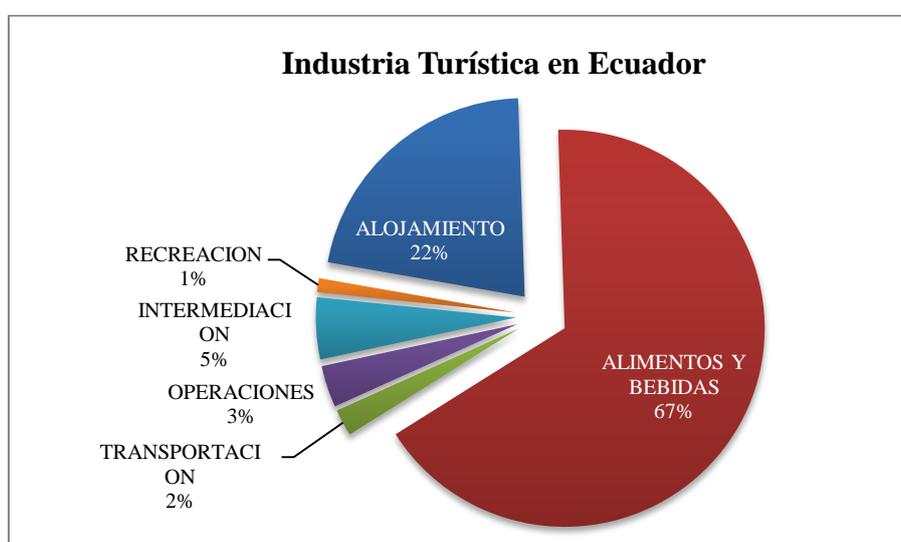


Gráfico 38. Industria Turística en Ecuador

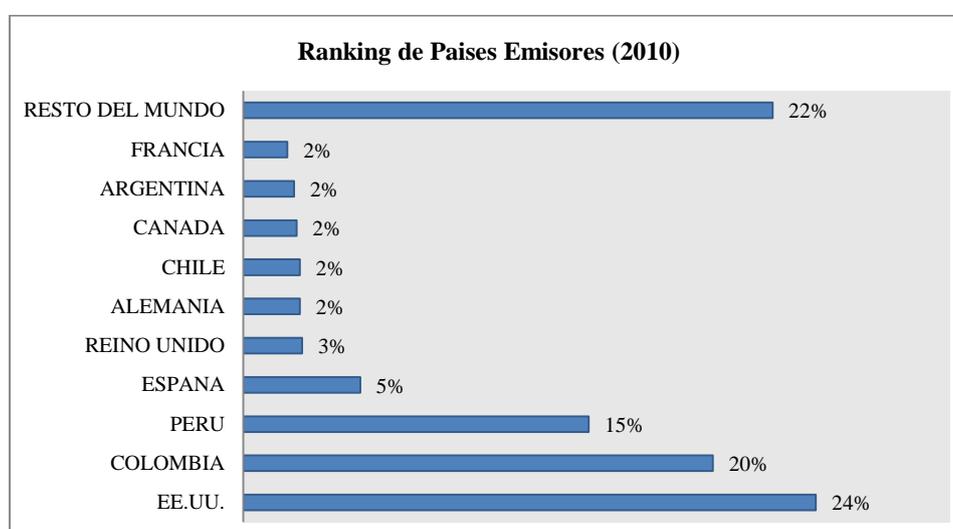
Fuente: MINTUR

En el Ecuador, la industria turística está regulada por el Ministerio de Turismo, el cual se ha encargado de establecer planes estratégicos que promuevan el turismo sostenible, en aspectos culturales y ecológicos, dando como resultado la implementación de planes como “Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador” mejor conocido como “PLANDETUR 2020”, el cual busca insertar al turismo sostenible en la política de Estado y en la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral y la racionalización de la inversión pública y privada. Específicamente, busca potenciar en los próximos ocho años un desarrollo sostenible integral que permita el desarrollo humano en conformidad con la naturaleza y una base institucional sólida.

### ***Ranking de Países emisores de turismo hacia Ecuador***

De acuerdo a los boletines de prensa emitidos por el Ministerio de Turismo, publicados en el 2010, los países que encabezan la lista de realización de turismo en Ecuador son:

En primer lugar con 24% de participación: Estados Unidos, seguido por Colombia y Perú con 20% y 15% respectivamente, situación que se confirma en los resultados de la encuesta donde los países vecinos tuvieron la participación más alta en el grupo de turistas extranjeros que visitan la ciudad de Guayaquil. Por otra parte, países como España, Reino Unido, Chile, Canadá, Argentina y Francia tuvieron una incidencia promedio de 2% cada uno en el turismo ecuatoriano.



**Gráfico 39. Ranking de Países emisores de turismo hacia Ecuador**

**Fuente: MINTUR**

### *Ingresos por divisas turísticas en Ecuador*

Los informes del Ministerio de Turismo, publicados en el 2010, permiten ver cómo se desarrolla el gasto que desarrollan los turistas que visitan el Ecuador, en este aspecto es notable apreciar un incremento de esas divisas, habiendo un crecimiento promedio entre 2002-2008 de 6.24% anual. Situación que es muy beneficiosa para las empresas que desarrollen turismo en el Ecuador, ya que generalmente los extranjeros tienen mayor poder adquisitivo, lo cual debe ser aprovechado para dar a conocer al mundo la cultura y gastronomía de la ciudad de Guayaquil.



**Gráfico 40. Ingreso de divisas turísticas al Ecuador**  
Fuente: MINTUR

### *Ingresos del sector hotelero en Guayaquil*

Los ingresos del sector hotelero en Guayaquil, van de la mano con el análisis anterior y es que entre 2002 y 2007 se observa un crecimiento de este rubro, teniendo un crecimiento anual de 8.75% aproximadamente, convirtiéndose en uno de los sectores que mayor dinamismo presenta en el sector turístico de la ciudad.

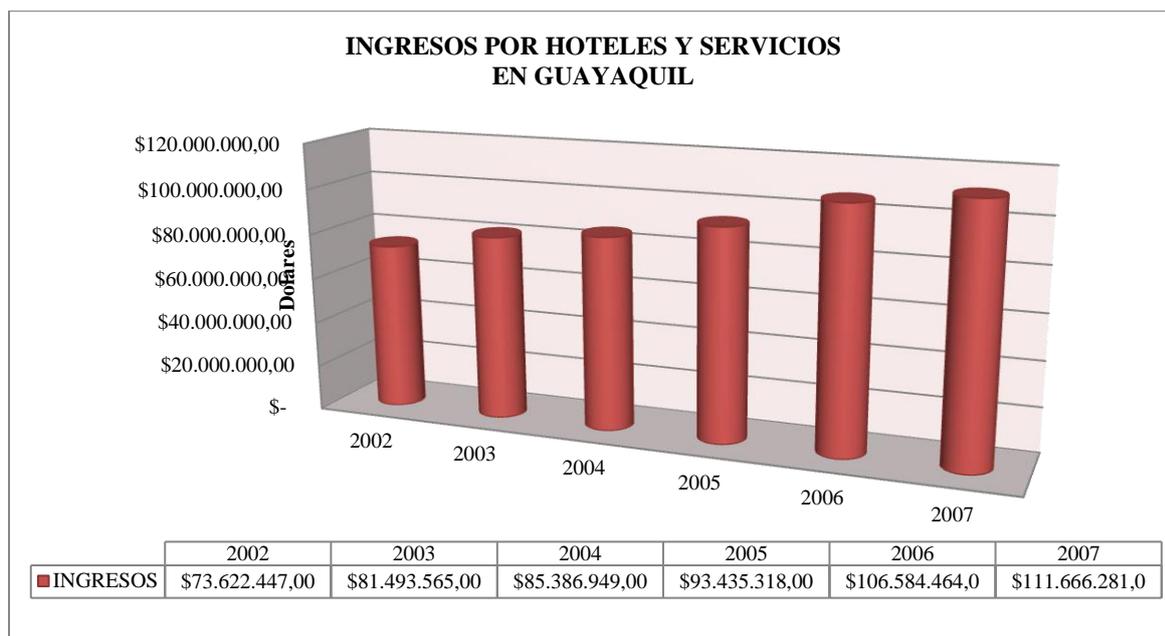


Gráfico 41. Ingresos por hoteles y servicios en Guayaquil

Fuente: INEC

Esta situación es favorable para la implementación de la Ruta, pues con el incremento de visitantes en el Ecuador, es claro que la mayoría vienen por los aeropuertos de Guayaquil y Quito, donde es importante aprovechar esta oportunidad para canalizar el flujo de los turistas que en su mayoría, a pesar de venir motivados para la realización de otro tipo de turismo como "sol y playa" o "de entretenimiento", se podría sugerir la visita de lugares turísticos de la ciudad conjugando el recorrido con la degustación de platos típicos, así el turista conocerá más acerca de la cultura y gastronomía guayaquileña y la Ruta habrá cumplido su misión en la promoción de este tipo de turismo en la ciudad de Guayaquil.

### *Análisis de la Competencia*

Respecto a la competencia que se presentaría al momento de llevar a cabo la propuesta, es importante mencionar que directamente no existen empresas que se enfoquen en la realización específica del turismo cultural o gastronómico en la ciudad de Guayaquil; sin embargo, de forma indirecta la reconocida empresa "Guayaquil Visión" es la competencia más cercana que se tendría al momento de ejecutar las rutas, ya que dentro de los productos que ofrece esta empresa se encuentra un recorrido por ciertos lugares de la ciudad. A continuación se hará una breve descripción del perfil del competidor.

### ***Guayaquil Visión***

Es una operadora de turismo, con 8 años de experiencia. Administra los buses panorámicos de dos pisos y, de esta manera, fomentan el desarrollo turístico de la ciudad de Guayaquil y su zona de influencia. Ofrece un atractivo paquete de productos turísticos mediante el uso de sus recursos (buses) para satisfacer a los clientes. Además diseñan programas a gusto del cliente para grupos de interés especial e individual, chárteres, etc.

Inició sus operaciones en julio del 2004 con una flota de cuatro buses de doble cubierta descapotados, marca Leyland de fabricación británica, la empresa se constituyó como operador turístico y su oficina está localizada en el Centro de Convenciones Simón Bolívar de la ciudad de Guayaquil, eje del desarrollo turístico porteño.



**Gráfico 42. Buses de la empresa Guayaquil Visión**

**Fuente: Investigación de campo**

Entre los servicios que ofrece esta empresa se pueden destacar sus paquetes que incluyen los siguientes recorridos:

- Recorrido a los Trenes de Duran
- Recorrido al Parque Histórico de Guayaquil
- Recorrido por Guayaquil - Puerto Santa Ana

- Recorrido Guayaquil de Fiesta (incluye hora loca)
- Recorrido Guayaquil Golf Tour.

En cada uno de estos recorridos se incluyen bebidas de cortesía, guía bilingüe, micrófono inalámbrico, tripulación con chofer y asistente. Dependiendo de los paquetes armados puede incluir también alimentación y bebidas alcohólicas.

En la siguiente imagen se puede apreciar un poco los recorridos que hacen los buses de Guayaquil Visión respecto los lugares previamente mencionados:



Gráfico 43. Recorrido de la empresa Guayaquil Visión

Fuente: Investigación de campo

## Programas de Desarrollo Turístico en Guayaquil

Por otra parte, es importante destacar que además de la empresa "Guayaquil Visión" que opera en la urbe, existen organismos que llevan a cabo la promoción del turismo cultural en diversos sectores, por lo que los beneficios por este concepto son aún mayores. Por esta razón, a continuación se presentará una breve descripción de estos programas que se han venido realizando en los últimos años:

### *a) Ciclo paseo por sitios turísticos patrimoniales*



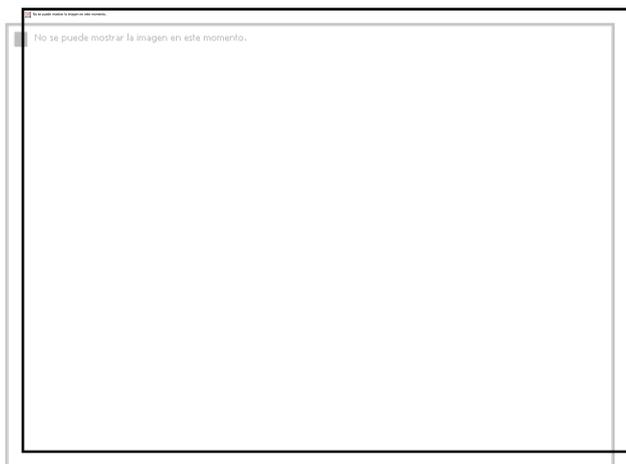
El pasado domingo 21 de Octubre del presente año (2012), se llevó a cabo en la ciudad de Guayaquil el primer Ciclo Paseo por sitios turísticos patrimoniales, encuentro que se llevó a cabo en el Museo Presley Norton ubicado en Carchi y Nueve de Octubre. Los participantes visitaron lugares como: El parque Centenario, la Plaza Vicente Rocafuerte, parque Seminario, Plaza de la Administración, Museo Nahím Isaías y el Centro Cultural Libertador Simón Bolívar. Para este primer ciclopaseo, el Ministerio Coordinador de Patrimonio y el Instituto Nacional de Patrimonio, entidades que impulsan la iniciativa, pusieron a disposición del público 50 bicicletas y cascos, de manera gratuita. Sin embargo, quienes deseaban podían unirse al recorrido con su propia bicicleta.

El recorrido en bicicleta lo controlan los vigilantes de tránsito y los ciclistas deben respetar la señalética, ya que no se tiene previsto cerrar calles ni se han destinado carriles exclusivos, mencionó María José Icaza, técnica del Ministerio Coordinador de Patrimonio. A más del ciclopaseo, el programa se compone de visitas dirigidas por expertos. Para ello se han clasificado los sitios en tres ejes que son: Ciudad Vieja, Ciudad Nueva y el Cementerio Patrimonial. Dentro de la Ciudad Vieja, las personas pueden visitar y conocer la historia del barrio Las Peñas, cerro Santa Ana, Plaza Colón, entre otros; mientras que la Ciudad Nueva comprende la zona céntrica. También se puede visitar el Cementerio General, donde el recorrido inicia y concluye en la puerta número tres.

### ***b) Proyectos Eco-amigables***

Las opciones "eco amigables" y sostenibles se han vuelto un mercado que no solo resulta interesante en el campo laboral, sino también en el turístico. En la ciudad de Guayaquil existen dos proyectos que se fundamentan en el denominado turismo ecológico, de los cuales se destacan: el Bosque Protector Cerro Blanco y Puerto Hondo, localizados en la conocida vía a la costa. Docentes de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), explican que el término turismo ecológico suele confundirse con turismo de naturaleza o sostenible: *“Son tres cosas distintas: el turismo de naturaleza es la contemplación de flora y fauna; el sostenible se puede aplicar a cualquier aspecto; y lo que caracteriza al turismo ecológico es que el turista se convierte en un agente de conservación”*. Esto significa que dentro del recorrido o durante su visita, el turista participa de alguna acción en la que se involucra con el entorno del lugar. (El Universo, 2012).

### ***b) Proyectos ecológicos y culturales***



EL Ministerio del Ambiente lleva desde 2012 trabajando en zonas del estero Saldo de Guayaquil con la finalidad de lograr su recuperación. El miércoles 3 de octubre 2012 se realizó un paseo acuático que partió desde el puente 5 de Junio donde participaron deportistas de canotaje que llegaron hasta Portete, donde se hizo un evento cultural, hubo presentaciones

artísticas, música, teatro, entre otros programas que elogiaban las tradiciones locales.

Por otra parte, en el cerro Paraíso también se hacen actividades emprendidas por grupos independientes, el caso del grupo "Cerros Vivos" es uno de ellos, liderado por Julio Huayamabe, un habitante del sector que quiso actuar para resguardar la zona, comenzaron en el 2010 y cada domingo efectúan actividades recreativas, como obras de teatro, shows musicales y un festival anual. *“La idea es que la gente disfrute del cerro, de su flora y fauna. Es un paraíso y tenemos la suerte de que esté cerca de la ciudad”*, expresa Huayamabe y este año también impulsan la reforestación del sector. (El Universo, 2012).

## **Análisis FODA**

Mediante el análisis FODA se busca conocer la situación real en la que se encontraría la propuesta con el propósito de planificar la estrategia que se llevara a cabo para hacer frente las adversidades que se pudieren presentar y captar la atención de los posibles clientes. Es así como este análisis se divide en dos grupos: Factores Internos y Factores Externos.

### **Factores Internos**

Respecto a los elementos internos de la propuesta a continuación se presentan las principales fortalezas y debilidades.

#### **Fortalezas**

- ***Innovación de los servicios turísticos de la ciudad de Guayaquil***, pues se planea enfocar la afluencia de los turistas hacia un recorrido cultural y gastronómico, donde la integración de estos dos campos, ayudarán a promocionar un poco la riqueza cultural de la ciudad de Guayaquil.
- ***Personal Calificado***, debido a que se contratarán personas que además de tener buena presencia, dominen al menos el idioma inglés, tengan experiencia en la interacción con los turistas y cuenten con título profesional o estén cursando los últimos niveles de carreras universitarias relacionadas al campo turístico. Vale destacar también que como temática de la cultura de la ciudad, el personal vestirá trajes autóctonos de la urbe porteña, destacando los vestidos largos, sombreros, guantes y sombrillas de la mujer guayaquileña y el terno y sombrero de paja toquilla en los caballeros.
- ***Calidad de los productos ofrecidos***, se brindará la más alta calidad posible en cuanto a servicio de atención al cliente y la comida que se brindará a los mismos, de modo que se asegurará con el proveedor de alimentos, que los mismos cumplan las normas sanitarias más estrictas que garanticen y preserven la salud de los visitantes, además de que los platillos permitan el deleite de su paladar.

## Debilidades

- ***Bajo reconocimiento de la marca en el mercado***, pues al tratarse de una operadora nueva, la gente no sabrá muy bien los productos que se ofrecerían durante los recorridos, ni tampoco la temática y el fin de la ruta; por lo que es importante ir posicionando de a poco los productos ofrecidos en la mente de las personas, mediante la ejecución de campañas de marketing que capten su interés.
- ***Poca experiencia en el campo turístico***, de igual forma por ser una propuesta innovadora, al inicio de las operaciones habrán ciertas falencias que se podrían presentar como consecuencia de la poca experiencia que se tienen en el campo turístico, respecto a los recorridos, distancias, guías; aspectos que de poco a poco se deben ir puliendo según la experiencia que se vaya adquiriendo para garantizar la calidad de los servicios.

## Factores Externos

En cuanto a los factores externos para destacar dentro de la Ruta Cultural Gastronómica en la ciudad de Guayaquil, es importante mencionar los siguientes:

## Oportunidades

- ***La nula competencia***, es una de las oportunidades más grandes que tiene el proyecto, ya que se está incursionando en un campo que anteriormente no ha sido considerado por empresas del sector público y privado, de modo que resulta importante llevarlo a cabo en la actualidad para dar a conocer a la ciudadanía la cultura y gastronomía Guayaquileña. Por otra parte, esto representa una oportunidad para establecer una Ruta Cultural Gastronómica que fomente el desarrollo turístico de la ciudad y aporte a mejorar la economía local por el ingreso de divisas a causa de esta actividad.
- ***Ministerio de Turismo y Patrimonio promueve la cultura en la ciudad***; el apoyo de proyectos turísticos por parte del Estado es de suma importancia para dinamizar el crecimiento de este sector y así mismo para tener un mayor y mejor respaldo de

organismos que con el presupuesto estatal generan un efecto multiplicador, pues al invertir en turismo ese dinero se multiplica por las entradas de divisas de los turistas que acuden a los lugares promocionados y se proyecta una mejor imagen de la urbe.

- **Acceso a internet**, es una de las redes que mayor crecimiento ha tenido en los últimos 4 años y esto se puede evidenciar en el número de usuarios que anualmente utilizan este importante medio. De acuerdo a las cifras del INEC (2012), el número de usuarios se incrementó en 32.15% entre 2008 y 2011, pasando de 891.406 personas que utilizaron este servicio en 2008 hasta 1.177.999 usuarios en 2011, lo que representó un incremento de 8% en promedio anual. Panorama que es de suma importancia para la empresa al momento de comunicarse con sus clientes potenciales, ya que el internet puede ser utilizado como una herramienta eficaz para estar en contacto permanente con ellos y transmitir promociones y demás información relacionada a los servicios a ofrecerse dentro de la Ruta.

### **Amenazas**

- **Inflación**, es el incremento generalizado en los precios de los bienes y servicios con relación a una moneda en un período de tiempo determinado. En el Ecuador la inflación registrada al 31 de julio del 2012 se ubicó en 5.09%. Al comparar esta cifra con los resultados del periodo anterior, es posible apreciar que en julio 2012 esta cifra era poco más del 4%, por tanto se considera ha existido un incremento de 1% aproximadamente entre 2011 y 2012. Aspecto que es preocupante ya que denota inestabilidad en los precios del mercado, ante lo cual la propuesta podría verse perjudicada por esas variaciones específicamente por el costo de los productos y disminución de márgenes de rentabilidad.
- **Incremento de índices delictivos**, lastimosamente Guayaquil se encuentra entre una de las principales ciudades donde mayor número de delitos se cometen a diario, siendo la modalidad de secuestro express y saca pintas, las de mayor impacto en la ciudad; lo que de alguna manera es importante integrar con la Policía Nacional, una medida de protección de los turistas para salvaguardar su vida y evitar malos ratos por este tipo de hechos delictivos que perjudican al turismo en la ciudad.

### 4.3. Descripción del Proyecto

#### Producto Turístico

El producto consiste en una ruta cultural gastronómica, el propósito principal de este producto es dar a conocer la historia, cómo se inició la ciudad, resaltar las costumbres, contemplar la arquitectura de edificaciones con las que cuenta la ciudad de Guayaquil, disfrutar de la música tradicional y de su gastronomía y brindar la posibilidad de adquirir otros servicios que enmarcan y apuntan al desarrollo turístico cultural de la ciudad.

El perfil del turista nacional y extranjero que se desea captar es aquel que tengan como motivación disfrutar de un turismo de tipo cultural; que se sienta identificado con la cultura, que disfrute visitando museos, iglesias, plazas, seminarios, deguste de la comida típica guayaquileña, de la música y que sobre todo esté dispuesto a adquirir conocimientos de historia y cultura.

Los lugares a ser expuestos en la ruta cultural gastronómica son los siguientes:

- **Malecón 2000:** Uno de los lugares culturales de Guayaquil que constituyen un pilar histórico de la ciudad, ya que desde él se encuentran varios monumentos, uno de ellos es el prócer José Joaquín de Olmedo, primer alcalde de la ciudad y Precursor de la revolución del 9 de octubre de 1820 que embellecen la Av. Olmedo, además de encontrarse 13 restaurantes variados con platos típicos. También se puede encontrar el Hemiciclo de “La Rotonda”, que recuerda la entrevista entre los libertadores Simón Bolívar y José de San Martín, la galería de los guayaquileños ilustres, la Torre del Reloj o Torre Morisca, cuatro torres miradores destinados a los cuatro elementos de la naturaleza: agua, tierra, fuego y aire, cada uno con su diseño propio.
- **Barrio Las Peñas y Faro:** Actualmente el barrio Las Peñas es uno de los lugares históricos que posee la ciudad y su estilo arquitectónico es muy particular, su estrecha calle Numa Pompilio Llona, sus casas junto al río lo convierten en un llamativo y nostálgico destino de visita turística.

Guayaquil combina sus casi 500 años de historia, reflejados en su barrio colonial de las Peñas y Cerro Santa Ana con su mirador, capilla y su faro, desde donde se puede tener una visión de 360° de toda la Ciudad, sus ríos, colinas y brazos de mar. Sus

casas tienen alrededor de 100 años de antigüedad, sus características formales y estructurales son muy parecidas a aquellas de los siglos XVIII y XIX, precisamente en eso radica su belleza y valor patrimonial. Cada una de las casas tiene su propia historia. Aquí vivieron personajes ilustres de la política y la cultura del país.

- **Palacio de Cristal:** El Mercado Sur con la regeneración de Guayaquil, pudo recuperar una joya arquitectónica haciendo acertados cambios, ahora es conocido como el Palacio de Cristal. El renovado Mercado Sur es ahora transparente, luce su estructura original en hierro forjado con estilo colonial. En su cara interior se instalan paredes de vidrio que hacen ver la edificación como una enorme caja de cristal.

A pocos metros de lugar se encuentran locales de la artesanía ecuatoriana y cerca de ahí el Club de la Unión fundado en 1869, que lo convierte en el más antiguo de la ciudad.

- **Museo de la Música Julio Jaramillo:** El Museo de la Música preserva, enriquece y difunde patrimonio musical a nuevas generaciones, este museo lleva el nombre del cantante porteño Julio Jaramillo Laurido y está dedicado a honrar el arte musical guayasense.

En su recorrido vemos enlazadas costumbres y tradiciones, que inicia en la primera escuela de música fundada en 1892 y marca la evolución del arte musical y sus cultores más populares a lo largo del siglo XX. Comprende además una visión histórica de la industria fonográfica en el mundo y el Ecuador, destacando el aporte de los pioneros de la radio fusión local y de la industria discográfica nacional.

- **Museo Nahím Isaías:** Su creación impulsó su desarrollo como una forma de responder a las necesidades artísticas y culturales de Guayaquil, reuniendo una colección de importantes valiosas obras de arte, entre pinturas y esculturas, llegando a convertirse en uno de los museos más importantes no sólo de Guayaquil, sino del Ecuador. En este museo se pueden apreciar valiosas piezas pertenecientes a las principales culturas que habitaron las regiones costaneras del Ecuador actual, conociendo así más acerca de milenarias culturas.

- **Museo Presley Norton:** Su creación busca promover los valores científicos y patrimoniales del registro arqueológico, y ofrecer una perspectiva dinámica de nuestro pasado prehispánico. La calidad estética de las piezas exhibidas así como su entorno arquitectónico deslumbran por su belleza. Contiene 8.000 objetos culturales, realizados en cerámica, hueso y piedra, que fueron adquiridos por el Banco del Pacífico en 1978. Desde el 2003, el Banco Central asegura la gestión científica de este patrimonio.
- **Parque Seminario y La Catedral:** Representa el recuerdo e imagen del Guayaquil épico de nuestros abuelos, teniendo como único testigo de sus antiguas glorias a las iguanas, su más antigua y más leal habitante. Además de las increíbles iguanas dentro del parque se pueden apreciar otros atractivos como el monumento a Simón Bolívar, el Monumento de los Jabalíes, la glorieta o kiosco.

La Catedral de Guayaquil, se constituyó como el segundo templo y primera parroquia eclesiástica de Guayaquil, también llamada Iglesia Matriz. Se ha mantenido por casi 300 años, solo con variaciones en su arquitectura, por remodelaciones sucesivas realizadas principalmente a fines del siglo XIX.

En el año 1948 se erigió la iglesia con el estilo actual gótico, con vidrieras y su altar de mármol. Su estructura actual dista mucho de la que tuvo en sus inicios.

En su visita a este importante templo católico, podrá observar tres naves por cuyas grandes y espaciosas ventanas ingresa la luz a través de los vitrales. Los pilares se cruzan en lo más alto de las bóvedas formando ojivas. Su estructura está formada por una nave central, una lateral y el crucero que está localizado detrás del altar mayor. En la parte posterior se encuentran dos torres terminadas en agujas con una nave central de Cimbório donde se encuentra la estatua del Cristo Rey, bendiciendo a Guayaquil.

- **Malecón del Salado:** Un nuevo destino turístico construido en varias etapas, disfrutando del Parque de la Cdla. Ferroviaria, locales de comida, la Plaza Baquerizo Moreno dándoles más versatilidad a la zona y la compañía del Estero, convirtiéndolo así en un centro de recreación familiar y de gran importancia turística cultural para la ciudad. En este Malecón se puede visitar el Centro de Exposiciones con una arquitectura de líneas puras, el muelle del Marisco, polo gastronómico característico

por sus naves portuarias de la ciudad, el Paseo de los Escritores, espacio desarrollado para conmemorar el grupo de cinco escritores guayaquileños, el Puente del Velero, lugar que en la noche no pasa desapercibido, ya que su estructura fue construida simulando a un velero, brindando en la noche un color azul que lo hace majestuoso.

- **Parque Histórico:** Uno de los sitios culturales y naturales más representativos de Guayaquil. Entre sus principales objetivos está la recreación y preservación de la vida silvestre y las tradiciones guayaquileñas para las futuras generaciones. Además, también dar a conocer, a propios y extraños, la arquitectura urbana de la ciudad costera que predominaba a inicios del siglo XX. Otro de los encantos que podrá disfrutar es que durante los fines de semana se puede observar la vida cotidiana del Guayaquil de antaño; personas vestidas a la moda francesa, muy popular en la época, y vendedores ambulantes de golosinas y tabacos. Se puede disfrutar del tranvía eléctrico o de carretas que eran tiradas por mulares, además se dispone de un mirador, de 11 metros de altura, que le dará la oportunidad de ver el bosque con toda su dimensión.

Para conservar la calidad de la ruta, previo a la visita de los siguientes restaurantes, se les enviará un itinerario para la reservación de espacios y la accesibilidad que el restaurante dé a la guía cuando se explique de la gastronomía guayaquileña:

- **Restaurante “Comidas de Víctor”:** Este restaurante se especializa por brindar comida típica guayaquileña, uno de los platos que se deleita en este restaurante es el arroz con menestra y carne asada, además de otras variedades de platillos de la gastronomía nacional.
- **Restaurante “El Cocolón”:** Este restaurante te invita a disfrutar de la mejor comida típica guayaquileña con un excelente servicio, en un ambiente que combina lo tradicional con lo moderno. Entre uno de sus platos tenemos ceviches, arroz con mariscos y la fritada son algunas de sus más deliciosas especialidades.

- **Restaurante “La Canoa”:** Restaurante con algunos años en Guayaquil especializado en comida típica guayaquileña, y con un excelente servicio. Entre uno de los platos tenemos: cazuela de pescado, ceviches, entre otros.
- **Restaurante “Pique y Pase”:** Restaurante que ofrece diversidad de platos típicos de Guayaquil. El arroz con menestra y carne asada es el plato más famoso de este restaurante que nació hace cuarenta años en el centro de Guayaquil. El platillo viene, además, con patacones, maduro y ensalada. También se ofrecen delicias como humitas y bolones.
- **Café de Tere:** Restaurante confiable y acogedor que ofrece los mejores productos que da la naturaleza y tradicionales alimentos guayaquileños como lo son: los bolones, bollo de pescado, humitas, entre otros.

### Perfil del Guía

- Sexo femenino y masculino
- Edad mínima de 18 años en adelante
- Idioma: Inglés y Español
- Vestimenta guayaquileña:  
Mujer: Vestido típico guayaquileño  
Hombre: Guayabera blanca, pantalón negro y sombrero paja toquilla.
- Cualidades: Excelente presencia, amable, carismático(a), interactivo(a), fluidez verbal.

El producto propuesto consta de los correspondientes itinerarios y con la ubicación de los sitios propuestos que se recorrerán o se visitarán según las opciones a elegir.

El producto ofrecerá 2 opciones: Medio Día y Todo el día.

- La opción del Medio Día, da al turista a elegir el itinerario que se ofrecerá durante el día o durante la tarde.
- La opción Todo el día, tiene 2 itinerarios, diferenciándose el segundo por el desayuno que se ofrece.

## 1. Medio Día

Nombre de la Estrategia: “Conociendo a Guayaquil”

Duración: 5 horas

Precio: \$ 0

Objetivo: Conocer algunos de los principales atractivos de la ciudad de Guayaquil, su cultura, sus costumbres y disfrutar de la gastronomía típica guayaquileña.

Horario: 09:00 – 14:00

Primera Opción:

**Recorrido:**

| HORA  | LUGAR                | DURACION           | ACTIVIDADES   |
|-------|----------------------|--------------------|---|
| 09:00 | Museo Nahím Isaías   | 45 minutos         | Exposición de pinturas y esculturas declaradas patrimonio cultural.                                   |
| 10:00 | Malecón 2000         | 1 hora, 20 minutos | Historia del Hemiciclo, esculturas, monumentos de personajes más destacados.                          |
| 11:20 | Palacio de Cristal   | 25 minutos         | Historia, arquitectura, eventos realizados allí.  |
| 12:00 | Iglesia La Catedral  | 40 minutos         | Historia de cada uno de sus cuadros, esculturas, vitrales, obituario y sobretodo su gran arquitectura |
| 13:00 | Restaurante La Canoa | 1 hora             | Almuerzo y Exposición de platos típicos guayaquileños   |
| 14:00 | Retorno              |                    |   |

El producto de medio día “Conociendo a Guayaquil” comprende un recorrido por los principales atractivos de Guayaquil, este producto se lo llevará a cabo a través de un paseo o recorrido en donde el transporte seleccionado es una furgoneta equipada con aire acondicionado y un televisor que irá transmitiendo imágenes de los lugares culturales del Ecuador, dicha furgoneta tendrá una capacidad para 20 personas, que serán orientadas por un guía bilingüe especializado con vestimenta guayaquileña.

"Conociendo a Guayaquil" llevará a los visitantes por los principales sitios culturales y gastronómicos de la ciudad, para que puedan admirar la belleza de la ciudad y su riqueza patrimonial.

El recorrido empezará en el Museo Nahím Isaías, ubicado en Pichincha y Clemente Ballén, en donde el guía explicará a los turistas la colección de escogidas, importantes y valiosas obras de arte -particularmente pinturas y esculturas- de la célebre Escuela de Arte Colonial Quiteño, así mismo el campo de la arqueología, en donde se encuentran valiosas piezas pertenecientes a las principales culturas. Luego en la furgoneta se dirigirá a los turistas al Malecón y 9 de Octubre, el guía iniciará el recorrido en el Hemiciclo La Rotonda del encuentro de Bolívar y San Martín, explicando su historia, luego se mostrará una de las esculturas que representan los elementos de la naturaleza, siendo el primero el del Aire, siguiendo el recorrido se apreciará el Yacht Club, luego se conocerá de monumentos de los personajes más destacados de la historia de Guayaquil, tales como Juan de Dios Martínez, Dr. Otto Arosemena Gómez, Carlos Julio Arosemena, el guía explicará el segundo elemento de la naturaleza, representando al Agua, Materia del Alma, continuando el recorrido se encontrará la Torre Morisca, uno de los principales atractivos del Malecón, ubicada en el corazón de la Plaza Cívica, los turistas podrán admirar este atractivo y conocer de su historia, luego el guía los aproxima al Centro Comercial Malecón 2000, los turistas conocerán en que fue inspirado el diseño de este centro y la razón de los colores: naranja en los extremos y rojo y verde en el centro, en tonos fuertes, allí los turistas podrán adquirir diversidades de accesorios, ya que hay variedad de locales, y luego conocer su patio de comidas, junto a esta galería se encontrará al Monumento de José Joaquín de Olmedo, primer alcalde de la Ciudad y Precursor de la Revolución del 9 de Octubre de 1820, y se finaliza el recorrido en la Plaza de Integración en donde se apreciará el famoso Mercado Sur o Palacio de Cristal, conociendo de su arquitectura, como aspecto relevante de este atractivo, además de conocer los diferentes eventos realizados allí.

Terminado el Malecón, se dirigirá a los turistas a la Iglesia La Catedral, ubicada en Chimborazo entre la avenida 10 de Agosto y Clemente Ballén, en donde se apreciará la historia de cada uno de sus cuadros, esculturas, vitrales, obituario y sobretodo su gran arquitectura. Terminado el recorrido en la iglesia se dirige a los turistas al Restaurante "La Canoa", ubicado al frente del Parque Seminario, en las calles Chile y 10 de Agosto, en donde los turistas no solo degustarán de uno de los platos típicos de Guayaquil, conocerán de la

gastronomía típica guayaquileña. Al finalizar la comida, el guía entregará a los turistas un recuerdo propio de la ciudad que consistirá en llaveros personalizados con los sitios visitados y folletos con información de los lugares turísticos de Guayaquil y receta de la gastronomía guayaquileña.

- **Incluye:** Recorrido en los lugares mencionados, guía bilingüe especializada, recuerdo de la ciudad.
- **Recomendaciones:** Se recomienda llevar repelentes contra insectos, gorra o sombreros, gafas, bloqueador solar, cámara de foto, binoculares, ropa liviana y fresca, y zapatos cómodos.
- **No Incluye:** Almuerzo
- **Observaciones:** La salida y el retorno es en la Gobernación de Guayaquil ubicada en Aguirre Y Malecón Simón Bolívar.

Segunda Opción:

Horario: 09:00 – 14:00

**Recorrido:**

| HORA  | LUGAR                           | DURACION           | ACTIVIDADES   |
|-------|---------------------------------|--------------------|---|
| 09:00 | Malecón 2000                    | 1 hora, 20 minutos | Historia del Hemiciclo, esculturas, monumentos de personajes más destacados.                          |
| 10:20 | Palacio de Cristal              | 25 minutos         | Historia, arquitectura, eventos realizados allí.  |
| 11:00 | Iglesia La Catedral             | 45 minutos         | Historia de cada uno de sus cuadros, esculturas, vitrales, obituario y sobretodo su gran arquitectura |
| 11:45 | Parque Seminario                | 40 minutos         | Historia del parque, su monumento y apreciación de la gran variedad de iguanas.                       |
| 13:00 | Restaurante “Comidas de Víctor” | 1 hora             | Almuerzo y exposición de platos típicos guayaquileños.  |
| 14:00 | Retorno                         |                    |   |

**Descripción:**

El producto de medio día “Conociendo a Guayaquil” comprende un recorrido por los principales atractivos de Guayaquil, este producto se lo llevará a cabo a través de un paseo o recorrido en donde el transporte seleccionado es una furgoneta equipada con aire acondicionado y un televisor que irá transmitiendo imágenes de los lugares culturales del Ecuador, dicha furgoneta tendrá una capacidad para 20 personas, que serán guiadas por un guía bilingüe especializado con vestimenta guayaquileña.

“Conociendo a Guayaquil” te llevará por los principales sitios culturales y gastronómicos de la ciudad, para que los turistas puedan admirar la belleza de la ciudad y su riqueza patrimonial.

El recorrido empezará en Malecón y 9 de Octubre, el guía iniciará el recorrido en el Hemiciclo La Rotonda del encuentro de Bolívar y San Martín, explicando su historia, luego se mostrará una de las esculturas que representan los elementos de la naturaleza, siendo el primero el del Aire, siguiendo el recorrido se apreciará el Yacht Club, luego se conocerá de monumentos de los personajes más destacados de la historia de Guayaquil, tales como Juan de Dios Martínez, Dr. Otto Arosemena Gómez, Carlos Julio Arosemena, el guía explicará el segundo elemento de la naturaleza, representando al Agua, Materia del Alma, continuando se encontrará la Torre Morisca, uno de los principales atractivos del Malecón, ubicada en el corazón de la Plaza Cívica, los turistas podrán admirar este atractivo y conocer de su historia, luego la guía los aproxima al Centro Comercial Malecón 2000, los turistas conocerán en que fue inspirada el diseño de este centro y la razón de los colores: naranja en los extremos y rojo y verde en el centro, en tonos fuertes, allí los turistas podrán adquirir diversidades de accesorios, ya que hay variedad de locales, y luego conocer su patio de comidas, junto a esta galería encontramos al Monumento de José Joaquín de Olmedo, primer alcalde de la Ciudad y Precursor de la Revolución del 9 de Octubre de 1820, y se finaliza en la Plaza de Integración en donde se apreciará el famoso Mercado Sur o Palacio de Cristal, conociendo de su arquitectura, como aspecto relevante de este atractivo, además de conocer los diferentes eventos realizados allí.

Terminado el Malecón se direcciona a los turistas a una furgoneta que los direccionará a la Iglesia La Catedral, ubicada en Chimborazo entre la avenida 10 de Agosto y Clemente Ballén, en donde se conocerá de la historia de cada uno de sus cuadros, esculturas, vitrales,

obituario y sobretodo su gran arquitectura. Posteriormente se dirigirá los turistas al Parque Seminario ubicado al frente de la Catedral Metropolitana, entre las calles Chile, Chimborazo, Clemente Ballén y 10 de Agosto, en donde los turistas conocerán la historia de este parque, su monumento Simón Bolívar y apreciarán la gran variedad de iguanas, que dan una visión prehistórica, miden hasta 1 metro de largo y son el atractivo principal del parque.

Terminado el recorrido en el parque se direccionará a los turistas al Restaurante “Comidas de Víctor” en donde no solo degustarán de uno de los platos típicos de Guayaquil, conocerán de la gastronomía típica guayaquileña. Al finalizar la comida, el guía entregará a los turistas un recuerdo propio de la ciudad que consistirá en llaveros personalizados con los sitios visitados y folletos con información de los lugares turísticos de Guayaquil y receta de la gastronomía guayaquileña.

- **Incluye:** Recorrido en los lugares mencionados, guía bilingüe especializada, recuerdo de la ciudad.
- **Recomendaciones:** Se recomienda llevar repelentes contra insectos, gorra o sombreros, gafas, bloqueador solar, cámara de foto, binoculares, ropa liviana y fresca, y zapatos cómodos.
- **No Incluye:** Almuerzo
- **Observaciones:** La salida y el retorno es en la Gobernación de Guayaquil ubicada en Aguirre Y Malecón Simón Bolívar.

Primera Opción:

Horario: 15:00 – 20:00

**Recorrido:**

| HORA  | LUGAR                         | DURACION                  | ACTIVIDADES  |
|-------|-------------------------------|---------------------------|--|
| 15:00 | Las Peñas                     | 1 hora y cuarenta minutos | Historia, recorrido de las galerías de artes, artesanías, área de exposiciones, música y demás actividades culturales. |
| 16:40 | Faro                          | 20 minutos                | Vista panorámica de la ciudad de Guayaquil.  |
| 17:40 | Imax                          | 10 minutos                | Historia, arquitectura y función.  |
| 17:50 | Malecón 2000                  | 45 minutos                | Recorrido e Historia del Hemiciclo de la Rotonda, área de juegos infantiles, diversidad de flora, vitrales.            |
| 19:00 | Restaurante Comidas de Víctor | 1 hora                    | Almuerzo y exposición de platos típicos guayaquileños.   |
| 20:00 | Retorno                       |                           |  |

**Descripción:**

El producto de medio día “Conociendo a Guayaquil” comprende un recorrido por los principales atractivos de Guayaquil, este producto se lo llevará a cabo a través de un paseo o recorrido en donde el transporte seleccionado es una furgoneta equipada con aire acondicionado y un televisor que irá transmitiendo imágenes de los lugares culturales del Ecuador, dicha furgoneta tendrá una capacidad para 20 personas, que serán orientadas por un guía bilingüe especializado con vestimenta guayaquileña.

“Conociendo a Guayaquil” te llevará por los principales sitios culturales y gastronómicos de la ciudad, para que los turistas puedan admirar la belleza de la ciudad y su riqueza patrimonial.

El recorrido empezará en el Barrio Las Peñas, donde se podrá admirar el arte guayaquileño de expositores de pintura, los cuales han sido reconocidos por su gran trayectoria en este ámbito, la arquitectura del periodo colonial en sus solares y casas, sus calles estrechas, sus parques y plazas, conocer los lugares de diversión como son los bares y discotecas, que se encuentran

en cada escalón. Al terminar de subir los 444 escalones se llega al Faro, en donde los turistas tendrán una atractiva vista panorámica de la ciudad de Guayaquil. Se realiza el descenso para dirigirse al IMAX, en donde el guía explicará su función e historia, se sigue el recorrido por Malecón 2000, se ven los vitrales, se conocerá su representación, se continúa con el recorrido y se puede visualizar la diversidad de flora, mostrando las plantas nativas de la región, los juegos infantiles, el ferrocarril del Malecón, en donde los turistas pueden aprovechar para tomarse fotos, más adelante se encuentra el Hemiciclo La Rotonda del encuentro de Bolívar y San Martín, en donde el guía explicará su historia.

Terminado el Malecón en la calle 9 de Octubre, se dirigirá a los turistas a la furgoneta para llegar al Restaurante “Comidas de Víctor” en donde no solo degustarán de uno de los platos típicos de Guayaquil, conocerán de la gastronomía típica guayaquileña. Al finalizar la comida, el guía entregará a los turistas un recuerdo propio de la ciudad que consistirá en llaveros personalizados con los sitios visitados y folletos con información de los lugares turísticos de Guayaquil y receta de la gastronomía guayaquileña.

- **Incluye:** Recorrido en los lugares mencionados, guía bilingüe especializada, recuerdo de la ciudad.
- **Recomendaciones:** Se recomienda llevar repelentes contra insectos, gorra o sombreros, gafas, bloqueador solar, cámara de foto, binoculares, ropa liviana y fresca, y zapatos cómodos.
- **No Incluye:** Almuerzo
- **Observaciones:** La salida y el retorno es en la Gobernación de Guayaquil ubicada en Aguirre Y Malecón Simón Bolívar.

Horario: 15:00 – 20:00

Segunda Opción:

**Recorrido:**

| HORA  | LUGAR                    | DURACION            | ACTIVIDADES  |
|-------|--------------------------|---------------------|--|
| 15:00 | Museo Presley Norton     | 45 minutos          | Historia, colección de objetos culturales realizados en cerámica, hueso y piedra                                       |
| 16:00 | Malecón del Salado       | 1 hora y 20 minutos | Recorrido por el puente peatonal colgante, conocer su origen y visita por locales, parques y visualización del Estero. |
| 17:40 | Parque Seminario         | 40 minutos          | Historia del parque, su monumento y apreciación de la gran variedad de iguanas.  |
| 19:00 | Restaurante Pique y Pase | 1 hora              | Almuerzo y Exposición de platos típicos guayaquileños  |
| 20:00 | Retorno                  |                     |  |

El producto de medio día “Conociendo a Guayaquil” comprende un recorrido por los principales atractivos de Guayaquil, este producto se lo llevará a cabo a través de un paseo o recorrido en donde el transporte seleccionado es una furgoneta equipada con aire acondicionado y un televisor que irá transmitiendo imágenes de los lugares culturales del Ecuador, dicha furgoneta tendrá una capacidad para 20 personas, que serán orientados por un guía bilingüe especializado con vestimenta guayaquileña.

“Conociendo a Guayaquil” te llevará por los principales sitios culturales y gastronómicos de la ciudad, para que los turistas puedan admirar la belleza de la ciudad y su riqueza patrimonial.

El recorrido empezará en el Museo Presley Norton, ubicado en 9 de Octubre y Carchi, en donde los turistas conocerán de la colección de objetos culturales realizados en cerámica, hueso y piedra, que se destacan por su gran estética. Luego se los direccionará al Malecón del Salado, ubicado en la Av. 9 de Octubre, en donde un detalle sobresaliente es el puente peatonal colgante con una longitud de 55 metros en forma de arco, símbolo del nuevo Malecón, desde aquí se podrá disfrutar de un espectacular vista de la Av. 9 de Octubre, locales de comida, parque de la Cdla Ferroviaria, Parque Guayaquil y la compañía del Estero, y como un gran aporte al turismo de la ciudad se observará la Pileta, uno de los principales

atractivos del Malecón del Salado. Luego se continúa con la Plaza Baquerizo Moreno, un núcleo para exposiciones que le da más versatilidad a la zona, el Monumento a Assad Bucaram y el Obelisco rodeado por una laguna. En la unión de los puentes 5 de Junio y el Velero, se encuentran dos plazas recreativas: la primera denominada de los Escritores, en la que están grabados los nombres de los escritores más notables del Ecuador, y la segunda llamada de la Salud, que tiene dos espejos de agua conectados por un pérgola y camineras de adoquines. En el centro se ubica el monumento a Ismael Pérez Pazmiño y cuatro escalinatas que descienden hacia el estero Salado. Finalizamos en la calle Aguirre en donde se apreciará la plaza de mariscos con cuatro locales, y áreas de parqueos.

Luego el recorrido se dirige al Parque Seminario ubicado al frente de la Catedral Metropolitana, entre las calles Chile, Chimborazo, Clemente Ballén y 10 de Agosto, en donde los turistas conocerán la historia de este parque, su monumento Simón Bolívar y apreciarán la gran variedad de iguanas, que dan una visión prehistórica, miden hasta 1 metro de largo y son el atractivo principal del parque. Se sigue el traslado hacia el Restaurante “Pique y Pase” en donde los turistas no solo degustarán de uno de los platos típicos de Guayaquil, conocerán de la gastronomía típica guayaquileña. Al finalizar la comida, el guía entregará a los turistas un recuerdo propio de la ciudad que consistirá en llaveros personalizados con los sitios visitados y folletos con información de los lugares turísticos de Guayaquil y receta de la gastronomía guayaquileña.

- **Incluye:** Recorrido en los lugares mencionados, guía bilingüe especializada, recuerdo de la ciudad.
- **Recomendaciones:** Se recomienda llevar repelentes contra insectos, gorra o sombreros, gafas, bloqueador solar, cámara de foto, binoculares, ropa liviana y fresca, y zapatos cómodos.
- **No Incluye:** Almuerzo
- **Observaciones:** La salida y el retorno es en la Gobernación de Guayaquil ubicada en Aguirre Y Malecón Simón Bolívar.

**Primera Opción:**

## 2. Full Day

Nombre de la Estrategia: Día Show “Viajando por el Guayaquil Antiguo”

Duración: 7 horas y media

Precio: \$ 0

Objetivo: Recordar la cultura, costumbres del Guayaquil Antiguo, además de íconos que hicieron historia en la ciudad de Guayaquil y disfrutar de la gastronomía típica guayaquileña.

Horario: 09:00 – 16:30

**Recorrido:**

| HORA  | LUGAR                    | DURACION                          | ACTIVIDADES  |
|-------|--------------------------|-----------------------------------|--|
| 09:00 | Las Peñas                | 1 hora y cuarenta minutos         | Historia, recorrido de las galerías de artes, artesanías, área de exposiciones, música y demás actividades culturales. |
| 10:40 | Faro                     | 20 minutos                        | Vista panorámica de la ciudad de Guayaquil.  |
| 11:45 | Museo Nahím Isaías       | 45 minutos                        | Exposición de pinturas y esculturas declaradas patrimonio cultural.  |
| 13:00 | Restaurante El Cocolón   | 1 hora                            | Almuerzo y Exposición de platos típicos guayaquileños.   |
| 14:10 | Parque Histórico         | 1 hora y cuarenta y cinco minutos | Historia, arquitectura, observación de la vida cotidiana del Guayaquil antiguo.  |
| 16:00 | Show en Parque Histórico | 30 minutos                        | Sketch Teatral con “Los Compadres”   |
| 16:30 | Retorno                  |                                   |  |

**Descripción:**

El producto de Día Show “Viajando por el Guayaquil Antiguo” consiste en un recorrido de lugares atractivos de la ciudad, posteriormente una comida típica de Guayaquil y finalizará con un show que será un espectáculo de música, baile, teatro o exposiciones de la cultura guayaquileña.

“Viajando por el Guayaquil Antiguo” transportará a los turistas al Guayaquil Antiguo, para que ellos puedan descubrir las tradiciones y las raíces de los guayaquileños, costumbres y vestimentas de personas de la época antigua.

Este producto se lo llevará a cabo a través de un paseo o recorrido en donde el transporte seleccionado es una furgoneta equipada con aire acondicionado y un televisor que irá transmitiendo imágenes de los lugares culturales del Ecuador, dicha furgoneta tendrá una capacidad para 20 personas, que serán guiadas por un guía bilingüe especializado con vestimenta guayaquileña.

El recorrido empezará en el Barrio Las Peñas, donde se podrá admirar el arte guayaquileño de expositores de pintura, los cuales han sido reconocidos por su gran trayectoria en este ámbito, la arquitectura del periodo colonial en sus solares y casas, sus calles estrechas, sus parques y plazas, conocer los lugares de diversión como son los bares y discotecas, que se encuentran en cada escalón, al terminar de subir los 444 escalones se llega al Faro, en donde los turistas tendrán una atractiva vista panorámica de la ciudad de Guayaquil. Se realiza el descenso y en la furgoneta se dirige a los turistas al Museo Nahím Isaías, ubicado en Pichincha y Clemente Ballén, en donde el guía explicará la colección de escogidas, importantes y valiosas obras de arte -particularmente pinturas y esculturas- de la célebre Escuela de Arte Colonial Quiteño, así mismo el campo de la arqueología, en donde se encuentran valiosas piezas pertenecientes a las principales culturas. Luego la furgoneta direccionará a los turistas al Restaurante “El Cocolón”, ubicado en Km. 1.5 de la Vía Samborondón, en donde no solo degustarán de uno de los platos típicos de Guayaquil, conocerán de la gastronomía típica guayaquileña.

Terminada la comida se dirigirá a los turistas al Parque Histórico, ubicado en la Vía a Samborondón, en donde se ofrecerá la oportunidad de descubrir las tradiciones y las raíces de los guayaquileños a través de 3 zonas: vida silvestre, tradiciones y urbano arquitectónica. El recorrido empieza en la zona de vida silvestre, donde se aprecian las diferentes variedades de

manglar y su importante desempeño dentro del ciclo biológico de la región. Posteriormente se visitará la zona urbana arquitectónica, encontrándose con la reconstrucción de dos edificios del siglo XX, la casa campesina, todos sus ambientes y se aprenderá un poco acerca del modo de vida de los campesinos, el recorrido continúa hasta la casa hacienda, donde se encuentran las zonas del secado del cacao, después se seguirá el recorrido hasta la zona de exposición de tradiciones, tratando de reconstruir el ambiente urbano y arquitectónico de Guayaquil de principios del siglo XX, además se apreciarán decenas de personas vestidas con trajes de la época y paseando por las calles del Malecón 1900.

Se finalizará el recorrido con un show que consistirá en un Sketch Teatral con “Los Compadres”. Al terminar el show, el guía entregará a los turistas un recuerdo propio de la ciudad que consistirá en la entrega de abanicos para las mujeres y llaveros personalizados para los hombres, además de folletos con información de los lugares turísticos de Guayaquil y receta de la gastronomía guayaquileña.

- **Incluye:** Recorrido en los lugares mencionados, guía bilingüe especializada, recuerdo de la ciudad.
- **Recomendaciones:** Llevar repelentes contra insectos, gorra o sombreros, gafas, bloqueador solar, cámara de foto, binoculares, ropa liviana y fresca, y zapatos cómodos.
- **No Incluye:** Almuerzo
- **Observaciones:** La salida y el retorno es en la Gobernación de Guayaquil ubicada en Aguirre y Malecón Simón Bolívar.

### **Segunda Opción:**

Full Day

Nombre de la Estrategia: Día Show “Conoce a mi gente guayaquileña”

Duración: 7 horas y media

Precio: \$ 0

Objetivo: Conocer la cultura, costumbres de la ciudad de Guayaquil a través de algunos de los principales lugares turísticos, además de íconos que hicieron historia en la ciudad de Guayaquil y disfrutar de la gastronomía típica guayaquileña.

Horario: 09:00 – 16:30

**Recorrido:**

| HORA  | LUGAR                        | DURACION            | ACTIVIDADES  |
|-------|------------------------------|---------------------|--|
| 09:00 | Restaurante Café de Tere     | 1 hora              | Desayuno y Exposición de uno de los platos típicos guayaquileños   |
| 10:40 | Malecón del Salado           | 1 hora y 20 minutos | Recorrido por el puente peatonal colgante, conocer su origen y visita por locales, parques y visualización del Estero. |
| 12:15 | Museo Presley Norton         | 40 minutos          | Historia, colección de objetos culturales realizados en cerámica, hueso y piedra                                       |
| 13:10 | Restaurante Pique y Pase     | 1 hora              | Almuerzo y Exposición de platos típicos guayaquileños  |
| 14:45 | Museo de la Música           | 40 minutos          | Visualizar las riquezas de historia, arte y cultura, evolución de la música popular y sus cultores.                    |
| 15:30 | Salón del Museo de la Música | 1 hora              | Show musical “La gran gala del pasillo”  |
| 16:30 | Retorno                      |                     |  |

**Descripción:**

El producto de Día Full Show “Conoce a mi gente guayaquileña” consiste en un recorrido de lugares atractivos de la ciudad, desayuno y almuerzo de la comida típica de Guayaquil y finalizará con un show que será un espectáculo de música, baile, teatro o exposiciones de la cultura guayaquileña.

“Conoce a mi gente guayaquileña” llevará a los turistas a visitar lugares característicos de la ciudad, en donde conocerán de sus costumbres, cultura y de su gastronomía típica guayaquileña.

Este producto se lo llevará a cabo a través de un paseo o recorrido en donde el transporte seleccionado es una furgoneta equipada con aire acondicionado y un televisor que irá transmitiendo imágenes de los lugares culturales del Ecuador, dicha furgoneta tendrá una capacidad para 20 personas, que serán guiadas por un guía bilingüe especializado con vestimenta guayaquileña.

El recorrido empezará en el Restaurante Café de Tere, ubicado en La Garzota Av. Hno Miguel, Solar 7-21-22, en donde los turistas no solo degustarán de un desayuno a base de una gran variedad de productos de verde y jugos de frutas tropicales, conocerán un poco más de la gastronomía típica guayaquileña. Luego se los direccionará al Malecón del Salado, ubicado en la Av. 9 de Octubre, en donde un detalle sobresaliente es el puente peatonal colgante con una longitud de 55 metros en forma de arco, símbolo del nuevo Malecón, desde aquí se podrá disfrutar de un espectacular vista de la Av. 9 de Octubre, locales de comida, parque de la Cda Ferroviaria, Parque Guayaquil y la compañía del Estero, y como un gran aporte al turismo de la ciudad se observará la Pileta, uno de los principales atractivos del Malecón del Salado. Luego se dirigirá a la Plaza Baquerizo Moreno, un núcleo para exposiciones que le da más versatilidad a la zona, el Monumento a Assad Bucaram y el Obelisco rodeado por una laguna. En la unión de los puentes 5 de Junio y el Velero, se encuentran dos plazas recreativas: la primera denominada de los Escritores, en la que están grabados los nombres de los escritores más notables del Ecuador, y la segunda llamada de la Salud, que tiene dos espejos de agua conectados por un pérgola y camineras de adoquines. En el centro se ubica el monumento a Ismael Pérez Pazmiño y cuatro escalinatas que descienden hacia el estero Salado. Se finaliza en la calle Aguirre en donde se apreciará la plaza de mariscos con cuatro locales, y áreas de parqueos. Luego se direcciona a los turistas al Museo Presley Norton, ubicado en 9 de Octubre y Carchi, en donde conocerán de la colección de objetos culturales realizados en cerámica, hueso y piedra, que se destacan por su gran estética.

Terminado el recorrido en el museo, la furgoneta los dirigirá al Restaurante “Pique y Pase” en donde los turistas no solo degustarán de uno de los platos típicos de Guayaquil, conocerán de la gastronomía típica guayaquileña.

Al finalizar la comida, se dirigirán a los turistas al Museo de la Música Julio Jaramillo para visualizar las riquezas de historia, arte y cultura de la Ciudad, en donde el guía explicará el inicio de la primera escuela de música fundada en nuestra urbe, marcando además la

evolución de la música popular y sus cultores, hasta el año del fallecimiento del "Ruiseñor de América" y se finalizará el recorrido en el salón del Museo de la Música Julio Jaramillo en donde los turistas disfrutarán de un espectáculo que consistirá en un Show musical "La gran gala del pasillo" Al terminar el show, el guía entregará a los turistas un recuerdo propio de la ciudad que consistirá en la entrega de abanicos para las mujeres y llaveros personalizados para los hombres, además de folletos con información de los lugares turísticos de Guayaquil y receta de la gastronomía guayaquileña.

- **Incluye:** Recorrido en los lugares mencionados, guía bilingüe especializada, recuerdo de la ciudad.
- **Recomendaciones:** Se recomienda llevar repelentes contra insectos, gorra o sombreros, gafas, bloqueador solar, cámara de foto, binoculares, ropa liviana y fresca, y zapatos cómodos.
- **No Incluye:** Desayuno, Almuerzo
- **Observaciones:** La salida y el retorno es en la Gobernación de Guayaquil ubicada en Aguirre y Malecón Simón Bolívar.

Para las opciones que tienen show, a continuación se detallará un ejemplo de algunos de los shows que se proponen:

- Banda de Música Popular
- Sketch Teatral con "Los Compadres": "Entre Décimas y Contrapuntos, llegan a la ciudad"
- Festival de la Moda 1882 – 1900
- Sketches Escénicos "Historia del Pasillo"
- Obra Teatral "Los Pretendientes, Que terrible contienda"
- Show de Los Compadres "El montubio y el diablo"
- La Gran Gala del Pasillo
- Duelo de Amorfinos

## **Beneficios de la Propuesta**

- Mayor involucramiento de entidades gubernamentales como el M.I. Municipalidad de Guayaquil, Prefectura del Guayas, Ministerio de Turismo y demás organismos relacionados.
- Mejoramiento de la infraestructura local y creación de un sentido de pertenencia y rescate de identidad por parte de la comunidad porteña.
- Generación de ingresos y creación de empleos directos e indirectos en los sectores escogidos para la ruta turística.
- Conducta responsable de los visitantes.
- El desarrollo de la actividad turística permite aumentar la ocupación de la población, pues se generan plazas de trabajo para la comunidad.
- Las infraestructuras o equipamientos necesarios para el desarrollo del turismo serán manejados también por la población local; si se produce efectivamente un incremento del empleo y de la renta, se puede aseverar que la calidad de vida de los residentes mejora.
- La demanda de empleo calificado exigirá mayor formación de la mano de obra.
- El contacto con extranjeros proporciona el conocimiento de otras culturas, ideas, formas de vida e idiomas.
- El contraste con otras culturas y la curiosidad del turista involucra positivamente en el reconocimiento, la protección y la rehabilitación de tradiciones antiguas y de edificios históricos.
- Asimismo, los aspectos mencionados implican la revalorización de la cultura propia y el orgullo por el patrimonio histórico.
- Junto con la introducción de nuevas actividades, resulta importante la recuperación y valorización de la industria artesanal (Herrera, 2005).

## **Ventajas de la Propuesta**

- Los recorridos serán guiados por el personal la Fundación DUKERS, que desde hace 6 años viene realizando trabajos de voluntariado con muchos guayaquileños en calidad de guías o anfitriones para los visitantes de la urbe porteña, por lo cual esto no representa ningún costo para el Municipio de Guayaquil ni para el turista.
- Como aporte a la ciudad de Guayaquil, la Ruta Cultural Gastronómica será presentada a la Municipalidad de Guayaquil, para que una vez hayan analizado la viabilidad de la propuesta, ésta sea patrocinada y administrada por el Municipio de Guayaquil, por lo que su dimensión logística será de primer nivel para garantizar servicios de calidad a los visitantes, además de la gratuidad de la misma.
- Se trabajará en la Ruta con restaurantes, parques, plazas, museos y demás sitios que representen la cultura y despierten el interés de los ciudadanos, con profesionalismo.
- Los turistas podrán reservar el acceso a la Ruta para evitar malestares por la aglomeración de personas en épocas de gran afluencia turística.
- El servicio estará disponible todos los días de la semana en diversos horarios que los turistas pueden elegir al momento de realizar su reserva sea por el call center o por internet, además vale destacar que el recorrido es completamente gratuito.
- Se encuentra con el apoyo de la empresa privada para el desarrollo de la Ruta, especialmente de aquellos que resultaran beneficiados por los recorridos en sus establecimientos.

#### 4.4. Equipo de Trabajo

El equipo de trabajo que se encargará de llevar a cabo este proyecto, estará compuesto por las siguientes personas:



A continuación se detallará la función que debe desempeñar cada uno de los integrantes de este proyecto:

**Director del Proyecto:** El Director del Proyecto debe cumplir con las siguientes funciones:

- Formular programas y políticas en materia de promoción y difusión en la cultura en sus diferentes expresiones de la comunidad de la ciudad de Guayaquil.
- Procurar enlaces y alianzas con instituciones públicas y privadas que ayuden a promocionar la ruta turística.
- Dirigir, coordinar, supervisar, controlar y evaluar, las actividades técnicas, presupuestales, financieras y administrativas del proyecto.
- Dirigir la gestión integral del proyecto, observando el cumplimiento de sus objetivos.
- Gestionar la aceptación de donaciones a favor del proyecto.
- Aprobar presupuestos y la asignación de fondos necesarios para su realización.

**Coordinación Turística:** Las personas que integran este equipo son: 1 líder y sus guías, tanto de sitios turísticos como de gastronomía típica, además de contar con un personal de primeros auxilios en caso de que se llegue a suscitar algún tipo de emergencia en los paseos que se lleven a cabo.

A continuación se detallarán las funciones que realizarán cada uno de ellos:

#### Líder de Coordinación Turística

Entre sus funciones están:

- Coordinar con sus guías cada uno de los paseos que se llevarán a cabo semanalmente.
- Proporcionar a los clientes información y detalle de cada uno de los paquetes que ofrece la ruta turística.
- Direccionar a los clientes para que elijan la opción más placentera y ventajosa de acuerdo a las expectativas que ellos posean.
- Presentar periódicamente informes detallados al director del proyecto, acerca de la actividad turística que se está llevando a cabo.
- Mantener constante relación con el equipo de coordinación financiera, a fin de que ellos concedan a tiempo los recursos económicos que se necesitan para el cumplimiento de cada paseo turístico.

#### Guías de Sitios Turísticos

Será patrocinado por la Fundación DUKERS y entre sus funciones se pueden mencionar:

- Es el encargado de guiar y conducir la visita o paseo, brindando la información necesaria y requerida por el turista, además de orientar y asesorar al turista en los casos que se requieran.
- Tener el material necesario para el desarrollo del tour: tickets y dinero para ingresos a los lugares de visita, relación de pasajeros, itinerario y/o programa completo de los turistas.
- Distribuir el tiempo de manera adecuada entre los diferentes puntos del itinerario.
- Tomar decisiones en situaciones especiales que afectan al turista.
- Supervisar la unidad de transporte a utilizar.
- Elaborar informe al finalizar los itinerarios.

### Guías de Gastronomía Típica

Entre sus funciones se pueden mencionar:

- Es el encargado de guiar y asesorar al turista en la elección de un plato típico nacional; ofreciéndole para esto un detalle de los ingredientes que posee cada uno de estos y sus características tradicionales.
- Orientar a los turistas en el momento de elegir un sitio para comer, ya sea en el desayuno, almuerzo o cena.
- Aconsejar el consumo de ciertas comidas de acuerdo al estado de salud o ánimo que posea el turista.

### Personal de Primeros Auxilios

Entre sus funciones se pueden mencionar:

- Atender en un sitio seguro a la/s persona afectada o lesionada.
- Asiste al turista en los primeros auxilios y coordina su ingreso a los centros hospitalarios, en caso de que sea necesario.
- En el caso de que los afectados sean muchos, realizar el triage médico o clasificación de los lesionados de acuerdo con la gravedad que posean.

**Coordinación Financiera:** Este grupo está compuesto por un líder o coordinador y un asistente. Entre las funciones que llevará a cabo este equipo están:

- Administrar los recursos financieros para alcanzar los objetivos del proyecto.
- Establecer convenios de pago con los lugares o sitios turísticos donde haya que comprar una entrada o ticket por cada turista o grupo de turistas.
- Presentar periódicamente los reportes económicos al director del proyecto, con la finalidad de que este se mantenga al tanto de la situación financiera que existe.

## 4.5. Estrategias de Marketing

### 4.5.1. Estrategias de Posicionamiento

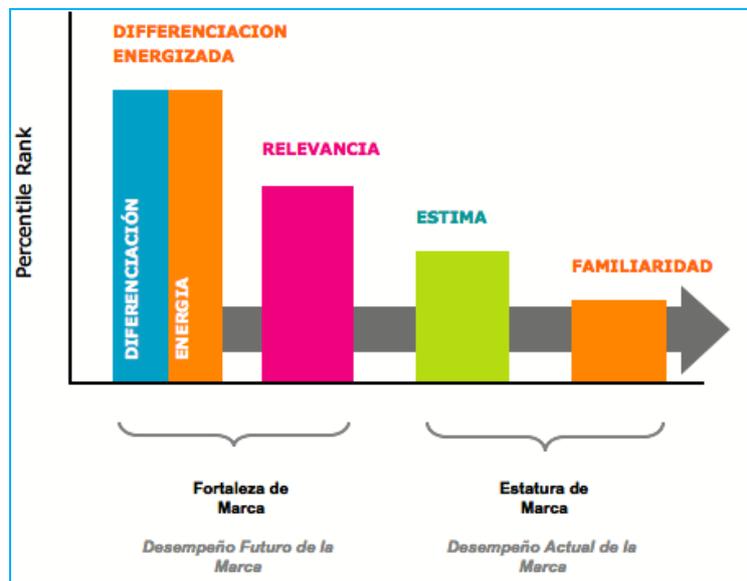
En si no existe una estrategia de posicionamiento debido a la inexistencia de un competidor directo; sin embargo, el posicionamiento de la marca en el mercado en los visitantes es el mayor reto para el proyecto turístico que se desea llevar a cabo, el mismo que se desea obtener en el menor tiempo posible, para lo cual es necesario basarse en un sinnúmero de estrategias, entre las cuales se pueden destacar:

- **Los atributos específicos del producto:** Resaltar las particularidades únicas que posee un producto en relación a otro; en el presente proyecto lo que caracteriza esta ruta turística es la promoción que se le está dando al turismo cultural en la ciudad de Guayaquil, provocando con esto un mayor interés en esta rama del turismo.
- **Los beneficios que ofrece:** Los turistas que formen parte de esta ruta turística podrán conocer más a fondo los valores culturales que posee la ciudad de Guayaquil, además de poder degustar la comida típica nacional local. Adicionalmente, es importante destacar que con esto no solo el turista obtendrá beneficios sino también los restaurantes y cafeterías que se dedican a la venta de comidas típicas y artesanías.
- **Las ocasiones de uso:** Se refiere a la época del año en que existe mayor demanda; en este caso, se puede determinar que la época en que habrá más afluencia de personas que formen parte de los recorridos que lleve a cabo la ruta turística, será en los feriados y los fines de semana, ya que la gente generalmente busca realizar actividades de turismo.
- **Las clases de usuarios:** Este tipo de proyectos son direccionados para el público en general que guste realizar actividades turísticas; sin embargo, se puede destacar que sirve de manera esencial a los estudiantes que desean pasear y al mismo tiempo aprender, además de las personas o grupos familiares que desean instruirse conociendo un Guayaquil desde un punto de vista no solo turístico si no también cultural.

#### 4.5.2. Valoración del Activo de la Marca (BAV)

La marca es lo que le da el valor real a una compañía o proyecto que se desee poner en marcha, y para entender este concepto hay que tener muy claro que la marca no es un logo, ni un nombre, sino que es el reflejo de una pasión auténtica y del trabajo de los emprendedores que la sustentan, por consiguiente una compañía o proyecto sin marca se constituye como una persona sin alma.

La valoración de la marca diseñada por Young Rubicam “BAV” (**Brand Asset Valuator**) mide las marcas en 4 aspectos claves. Esta medición muestra tendencias globales de las marcas y permite concluir como se crea y construye, o se pierde el valor capital de la marca a nivel de consumidor.



- **Diferenciación Energizada.-** Es el valor agregado y la razón de ser de la marca, aquello que la hace distintiva para el consumidor en relación a los demás, lo que para este caso es despertar el interés por la cultura, tanto en los mismos guayaquileños como en los turistas a nivel nacional e internacional.
- **Relevancia.-** Identifica la importancia de la marca de acuerdo al estilo de vida, gustos y necesidades de las personas. El proyecto que se propone posee un alto grado de relevancia ya que se constituye muy llamativo para los turistas y al mismo tiempo de gran impacto económico para el sector turístico de la ciudad de Guayaquil.

- **Estima.-** Se relaciona con la manera en que la marca cumple con las promesas que le ha hecho al consumidor, por lo que aquí está en juego la reputación y el prestigio de la misma. Teniendo conocimiento de esto, antes de seleccionar los lugares que se visitarán, se debe hacer una previa observación directa y evaluación de los mismos con la finalidad de que no haya ningún tipo de inconvenientes o contratiempos al momento de que el turista realice su visita al sitio.
- **Familiaridad.-** Representa el conocimiento íntimo de la marca, la empatía que ésta puede generar en el segmento objetivo. Aún no se conoce con exactitud la reacción del mercado ante la creación de un proyecto de ruta turística, pero se tiene una idea gracias a las encuestas realizadas, y en base a las mismas se espera posicionar la marca en un corto periodo de tiempo en la mente de los futuros clientes.

El nombre y marca que se ha diseñado para llevar a cabo este proyecto turístico cultural en la ciudad de Guayaquil es:



Elaboración: Autoras

- El isotipo tiene forma de burbujas espirales, el cual hace referencia a la diversidad cultural que existe en la ciudad de Guayaquil.
- El logotipo "Guayaquil es Cultura" intenta transmitir al turista la idea del proyecto, y lo invita a conocerla, las letras utilizadas son similares al manuscrito, por tanto refleja una imagen un poco moderna, fresca y juvenil, como para dar a entender una ciudad que está en crecimiento en el campo turístico.
- Los colores presentan tonalidades en azul marino y celeste, para contrastar y combinar los colores de la bandera Guayaquileña, dando así como resultado la marca del proyecto.

### 4.5.3. Estrategias de Marketing Mix

Se denomina “Mezcla de Mercadotecnia” o “Marketing Mix” a la combinación de elementos o técnicas sobre las cuáles puede actuar la empresa de forma planificada; dichos elementos son los siguientes: Producto, Precio, Distribución o Plaza y Promoción.



Elaboración: Autoras

### Estrategias de Producto

Es importante destacar que el producto turístico que se ofrece consiste en un paquete turístico a través de una ruta turística que el cliente previamente haya seleccionado según las opciones que se le ofrezcan. Todos los paquetes poseen el mismo objetivo, el cual se basa en promover el desarrollo del turismo cultural en la ciudad de Guayaquil.

Para incentivar la elección de este tipo de producto turístico, se pondrán en práctica algunas estrategias, las cuales se detallan a continuación:

- Darle valor agregado al producto turístico mediante la coordinación de festejos y actividades que tengan como propósito el rescate de tradiciones de la cultura de la ciudad de Guayaquil, en fiestas cívicas que se celebren en homenaje a la misma.
- Proporcionar seguridad al turista en cada una de las visitas a los diferentes lugares que se detallan en el itinerario de la ruta turística que se le ofreció al cliente.
- Otorgar seguridad y asistencia a los turistas durante todo el recorrido, en caso de que este lo requiera o lo solicite.
- Obsequiar trípticos informativos de los lugares y platos típicos de la ciudad de Guayaquil para que el turista pueda recordar su visita cultural en la ciudad.

- Obsequiar algún tipo de recuerdo a los turistas en el momento en que culmine todo el recorrido de la ruta.

### **Estrategias de Precio**

El precio es un elemento que causa un impacto directo sobre todas las personas que decidan adquirir cualquier tipo de producto, sin embargo en algunas ocasiones se puede observar que existen otros factores que también impulsan al cliente a decidirse al momento de la compra de un producto o contratación de un servicio, tales como la calidad, la confiabilidad, la durabilidad, entre otros; a pesar de todo esto el precio siempre seguirá jugando un papel trascendental, debido a que por medio de este los clientes medirán su grado de asequibilidad en relación a los precios que dicho producto les ofrece, por tanto no existiría una estrategia de precios ya que la idea es que la Ruta Cultural sea gratuita puesto que el Municipio se encargara de su cobertura y ejecución.

### **Estrategias de Plaza**

La estrategia de plaza que se ha decidido utilizar en este proyecto, es el manejo de un canal de distribución directo, ya que una vez aprobada la propuesta por la Municipalidad de Guayaquil, será este organismo, quien ofrecerá el servicio a los turistas sean estos nacionales o extranjeros, sin la necesidad de intermediarios, buscando enraizar la marca de la ruta turística cultural gastronómica, tal como se muestra en el grafico posterior:



**Elaboración: Autoras**

## Estrategias de Promoción

La promoción consiste exclusivamente en comunicar y dar a conocer al mercado meta la existencia del producto turístico, para lo cual es necesario persuadir y motivar a los clientes para que se decidan a realizar la adquisición del mismo. A continuación se detallarán algunas estrategias relacionadas a la promoción que aplicarán los directivos del proyecto para difundir la marca en el mercado, promoviendo el turismo cultural en la ciudad de Guayaquil:

- Se harán banners publicitarios para ser colocados en los lugares que servirán como intermediarios (agencias de viaje).
- Se repartirán volantes y trípticos informativos en diversos sitios estratégicos.
- Se elaborarán anuncios publicitarios adhesivos para ser colocados en vehículos de transporte público, tales como: taxis y buses interprovinciales.
- Se creará un sitio web mediante el cual las personas podrán obtener información de los paquetes y sus costos.

A continuación se presenta un ejemplo de las volantes:



**Conoce y vive la cultura de Guayaquil visitando varios de sus atractivos turísticos. Atrévete a vivir una experiencia inolvidable!**

Visita diversos lugares y degusta deliciosos platos típicos de nuestra ciudad:

- Malecón Simón Bolívar
- Malecón del Salado
- Barrio Las Peñas
- Parque Histórico
- Restaurant "La Canoa"
- Restaurant "Comidas de Víctor"
- Y mucho mas....

**No te lo puedes perder!!!**

**Contáctanos: 045113388**

"Guayaquil es Cultura"

Elaboración: Autoras

#### 4.6. Mapa de la Ruta

A continuación se presenta un ejemplo de cómo sería el recorrido de la Ruta Cultural Gastronómica en la ciudad de Guayaquil, considerando algunos de los puntos más reconocidos y que se encuentran incluidos en el itinerario para los visitantes.



Elaboración: Autoras



Elaboración: Autoras

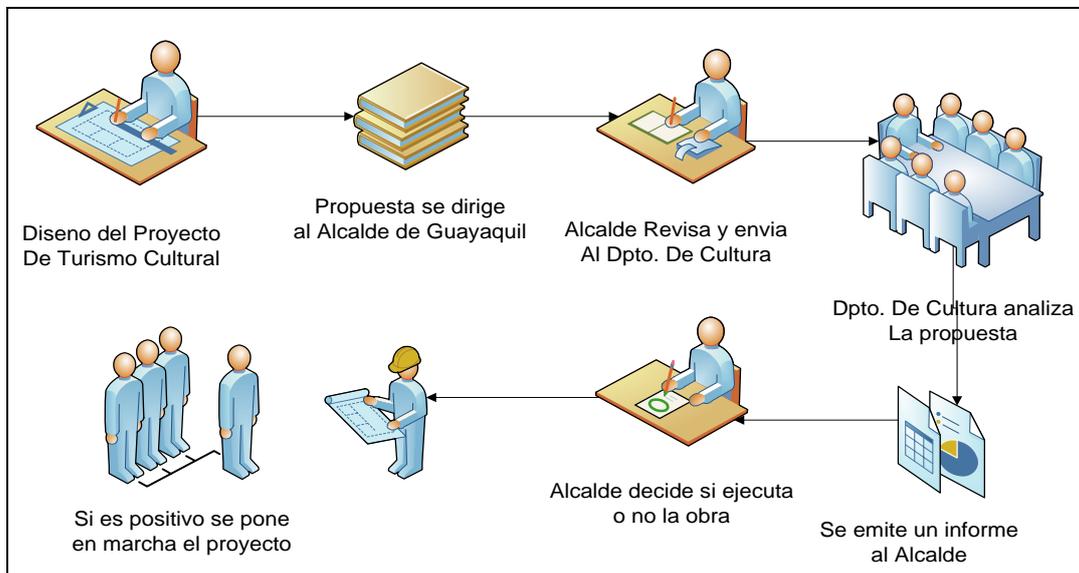


Elaboración: Autoras

### 4.7. Plan de Operaciones

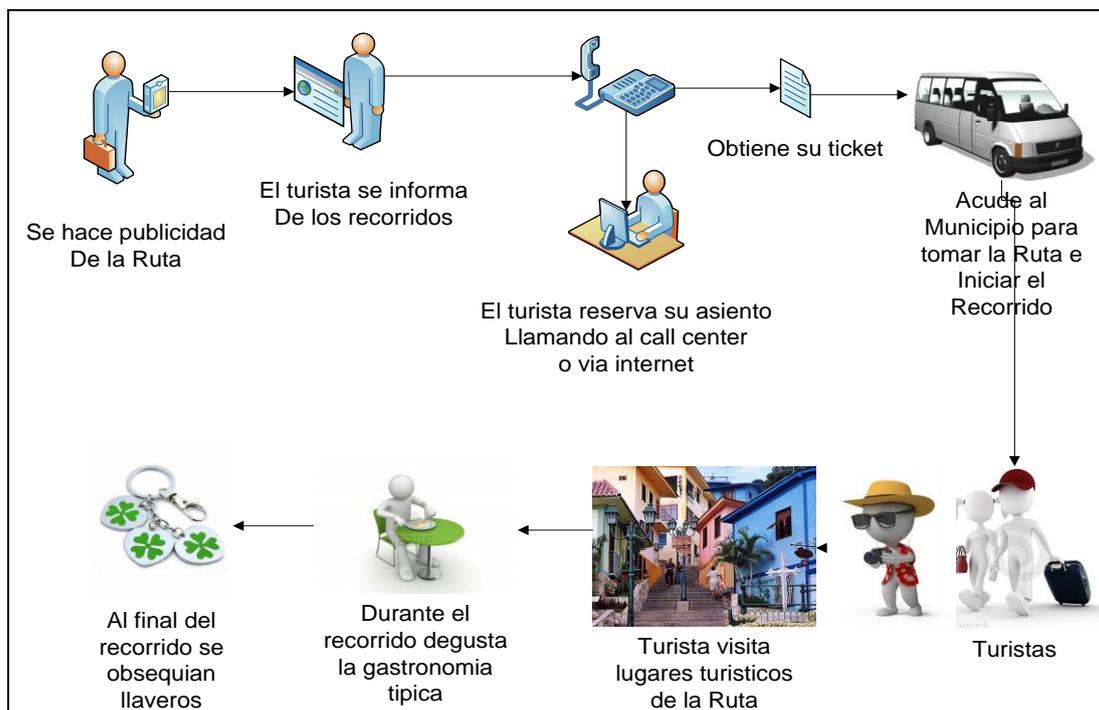
En el plan de operaciones se describirán los procesos de presentación del proyecto al Municipio y la forma de operar de la Ruta Cultural Gastronómica en la ciudad.

#### 4.7.1. Proceso de presentación de proyecto al Municipio



Elaboración: Autoras

#### 4.7.2. Proceso de operaciones de la Ruta



Elaboración: Autoras

#### **4.8. Plan de Contingencia**

El plan de contingencia es la respuesta pre-planeada a los riesgos. Establece los procedimientos y acciones básicas de respuesta que se tomarán para afrontar de manera oportuna, adecuada y efectiva en el caso de un accidente y/o estado de emergencia. Dicho plan contiene las medidas técnicas, humanas y organizativas necesarias para garantizar la continuidad del negocio y las operaciones de la empresa. De acuerdo a la naturaleza de la empresa, es muy posible que ocurran los siguientes incidentes o accidentes:

- Incidentes.
- Colisiones.

##### ***a) Plan de contingencia contra incidentes***

Se procederá de la siguiente manera:

- Rescatar, retirar del lugar a las víctimas del evento.
- Suministrar primeros auxilios en caso de que sea necesario, seguro y posible.
- Calmar a las víctimas y protegerlas hasta que reciban ayuda médica.
- Notificar la emergencia al supervisor inmediato.
- Evacuar al personal y clientes si fuese necesario.
- Proceder según el modo correspondiente al tipo de emergencia en desarrollo.
- Colaborar en el transporte y atención de heridos.
- En caso de alguna fatalidad, no mover a la víctima hasta que las autoridades permitidas lo autoricen.

##### ***b) Plan de contingencia en caso de colisión***

Se procederá de la siguiente manera:

- Revisar que los miembros del vehículo no tengan lesiones.
- Revisar daños de la unidad de transporte.
- Notificar al supervisor lo acontecido.
- El supervisor ordenará en caso que lo necesite el remolque del vehículo.

#### 4.8.1 Medidas Preventivas

La empresa debe estar preparada en caso de que ocurriera algún siniestro dentro de sus instalaciones, un accidente laboral o presentarse algún fenómeno natural que afecte el normal funcionamiento de la misma. Por esta razón se dispondrá de un botiquín de primeros auxilios. En la asistencia administrativa se tendrán los números telefónicos de la Cruz Roja, Policía Nacional, Defensa Civil y Cuerpo de Bomberos.

Las salidas deben estar señalizadas con el fin de que no se extravíen visitantes dentro de las instalaciones de la compañía.

- ✓ **Letreros de salida de emergencia:** Estarán ubicados de manera que ayude a los clientes y personal a trasladarse a lugares seguros en caso de emergencia.



- ✓ **Letrero de Salida:** Sirve para que los clientes se guíen y puedan encontrar la salida.



- ✓ **Letrero de Extintor:** La empresa contará con dos extintores: uno estará en la planta de producción y el otro en el área administrativa, ambos tendrán un cartel de instrucciones claro y específico.



#### 4.9. Evaluación Económica del Proyecto

Para la ejecución del proyecto es importante destacar que se necesita realizar un presupuesto de inversión inicial, correspondiente a los rubros relacionados con la publicidad de lanzamiento del proyecto, la misma que es necesaria para la difusión y promoción de la Ruta Turística hacia la ciudadanía. De esta forma, el presupuesto de marketing estimado es \$ 24.684 según el siguiente detalle:

##### 4.9.1. Presupuesto de Marketing de Lanzamiento

| CANTIDAD     | DESCRIPCION  | V. UNITARIO | V. TOTAL            |
|--------------|--|-------------|---------------------|
| 6            | Elaboración de banners publicitarios para exposiciones en puntos de informacion                  | \$ 560,00   | \$ 3.360,00         |
| 3            | Elaboración e instalación de vallas publicitarias (1.20 cm x 1.80 cm)                            | \$ 1.200,00 | \$ 3.600,00         |
| 1            | Compra de dominio y diseño de página web   | \$ 1.065,00 | \$ 1.065,00         |
| 1            | Diseño y elaboración de fans page  | \$ 300,00   | \$ 300,00           |
| 2            | Anuncio en diario El Universo, sección “La Revista” 1/8 de pagina (2 domingos consecutivos)      | \$ 1.440,00 | \$ 2.880,00         |
| 1            | Apertura de una cuenta de hosting para anuncio en Internet (Ascomsa & Google)                    | \$ 29,00    | \$ 29,00            |
| 2            | Cuñas publicitarias en vivo a través de los programas “El Club de la mañana” y “De casa en casa” | \$ 650,00   | \$ 1.300,00         |
| 1            | Cuña publicitaria de 20 segundos por radio “Fuego” (1 diaria durante 1 mes)                      | \$ 850,00   | \$ 850,00           |
| 6000         | Volantes en blanco y negro   | \$ 0,10     | \$ 600,00           |
| 100          | Dípticos Informativos a colores  | \$ 5,00     | \$ 500,00           |
| 6            | Uniformes para guias turisticos DUKERS   | \$ 50,00    | \$ 300,00           |
| 3600         | Abanicos para Turistas   | \$ 1,25     | \$ 4.500,00         |
| 3600         | Llaveros para Turistas   | \$ 1,50     | \$ 5.400,00         |
|              |  |             | \$ -                |
| <b>TOTAL</b> |  |             | <b>\$ 24.684,00</b> |

Elaboración: Autoras

De la misma manera es necesario contar los gastos de pre-operación, los mismos que están determinados por la constitución legal del Proyecto, la adecuación de la oficina y el desarrollo de la página web, según el siguiente detalle:

##### 4.9.2. Presupuesto de Gastos Pre-operacionales

| CANTIDAD | DESCRIPCION                                | V. UNITARIO | V. TOTAL           |
|----------|--|-------------|--------------------|
|          | <b>GASTOS DE PRE-OPERACION</b>             |             |                    |
| 1        | Constitucion legal del Centro de Promocion | \$ 500,00   | \$ 500,00          |
| 1        | Gastos de adecuacion e instalacion         | \$ 200,00   | \$ 200,00          |
|          | <b>PAGINA WEB</b>                          |             |                    |
| 1        | 1. Maquetacion y armado del sitio web      | \$ 242,67   | \$ 242,67          |
| 1        | 2. Indexabilidad en buscadores             | \$ 242,67   | \$ 242,67          |
| 1        | 3. Link a redes sociales                   | \$ 242,67   | \$ 242,67          |
| 1        | 4. Pago de Dominios                        | \$ 56,00    | \$ 56,00           |
| 1        | 5. Pago de Hosting Medium                  | \$ 72,80    | \$ 72,80           |
| 1        | 7. Imagen Corporativa                      | \$ 224,00   | \$ 224,00          |
| 1        | 8. Capacitacion del administrador web      | \$ 89,60    | \$ 89,60           |
|          | <b>TOTAL</b>                               |             | <b>\$ 1.870,40</b> |

Elaboración: Autoras

En relación a los activos fijos, se comprarán ciertos equipos para la adecuación de la oficina donde se llevarán a cabo las operaciones del proyecto tales como: la coordinación de la ruta, itinerarios, entre otros; para ello es necesario contar con los siguientes rubros:

#### 4.9.3. Presupuesto de Activos Fijos

| CANTIDAD | DESCRIPCION                          | V. UNITARIO  | V. TOTAL             |
|----------|--------------------------------------|--------------|----------------------|
|          | <b><u>MUEBLES Y ENSERES</u></b>      |              |                      |
| 4        | Sillon Ejecutivo                     | \$ 175.00    | \$ 700.00            |
| 1        | Escritorio Modular Ejecutivo         | \$ 320.00    | \$ 320.00            |
| 3        | Escritorio de Trabajo con cajon      | \$ 250.00    | \$ 750.00            |
| 6        | Sillas de visita                     | \$ 45.00     | \$ 270.00            |
| 2        | Archivador credenza                  | \$ 210.00    | \$ 420.00            |
| 1        | Estanteria                           | \$ 120.00    | \$ 120.00            |
|          | <b><u>EQUIPOS DE COMPUTACION</u></b> |              |                      |
| 3        | Computador Portatil HP               | \$ 700.00    | \$ 2,100.00          |
| 1        | Impresora Multifunción               | \$ 125.00    | \$ 125.00            |
|          | <b><u>SUMINISTROS DE OFICINA</u></b> |              |                      |
| 4        | Resmas de Hojas A4                   | \$ 5.00      | \$ 20.00             |
| 4        | Cartuchos de Impresoras              | \$ 45.00     | \$ 180.00            |
| 4        | Boligrafos                           | \$ 0.25      | \$ 1.00              |
| 4        | Tablero para hacer encuestas         | \$ 1.25      | \$ 5.00              |
| 4        | Perforadoras                         | \$ 3.50      | \$ 14.00             |
| 4        | Calculadoras                         | \$ 8.50      | \$ 34.00             |
| 4        | Telefonos                            | \$ 25.00     | \$ 100.00            |
| 4        | Accesorios de decoracion             | \$ 100.00    | \$ 400.00            |
|          | <b><u>EQUIPOS DE OPERACION</u></b>   |              |                      |
| 4        | Televisores Plasma 14"               | \$ 220.00    | \$ 880.00            |
| 4        | DVD 14"                              | \$ 110.00    | \$ 440.00            |
|          | <b><u>VEHICULOS</u></b>              |              |                      |
| 4        | Furgonetas Hunday H-1                | \$ 37,390.00 | \$ 149,560.00        |
|          | <b>TOTAL</b>                         |              | <b>\$ 156,439.00</b> |

Elaboración: Autoras

Es así como se establece que la inversión total del Proyecto sería equivalente a \$ 182,993.40, cifra que sería financiada por la M.I. Municipalidad de Guayaquil en caso de que se apruebe la Ruta Turística Cultural Gastronómica.

#### 4.9.4. Resumen de la Inversión Inicial

| RESUMEN DE LA INVERSION                 |                      |
|---|----------------------|
| PRESUPUESTO DE MARKETING DE LANZAMIENTO | \$ 24.684,00         |
| ACTIVOS FIJOS                           | \$ 156.439,00        |
| ACTIVOS DIFERIDOS                       | \$ 1.870,40          |
| <b>INVERSION TOTAL DEL PROYECTO</b>     | <b>\$ 182.993,40</b> |

Elaboración: Autoras

#### 4.9.5. Presupuestos de Gastos

Los gastos del Proyecto se dan principalmente por dos conceptos: Publicidad y Marketing de la Ruta Turística y los Gastos Administrativos para la gestión de las actividades, coordinación de los programas, itinerarios, estadísticas, entre otros. En el siguiente apartado se presenta un detalle de los presupuestos de Marketing y Administración para lo cual se ha proyectado un incremento de 5% a partir del segundo periodo como efecto del índice inflacionario que anualmente afecta a la economía del país.

##### *Presupuesto de Marketing (anual)*

| <i>Presupuesto Marketing durante los primeros 5 años</i> | Valor       | Meses de Aplicación | Valor bruto   | Descuento | Valor Total          |
|--|-------------|---------------------|---------------|-----------|----------------------|
| Publicidad EL UNIVERSO                                   | \$ 4.320,00 | 4                   | \$ 17.280,00  | \$ 864,00 | \$ 16.416,00         |
| Difusión de los servicios turísticos                     | \$ 150,00   | 4                   | \$ 600,00     | \$ -      | \$ 600,00            |
| Difusión en Redes Sociales                               | \$ 300,00   | 12                  | \$ 3.600,00   | \$ -      | \$ 3.600,00          |
| Difusión en google                                       | \$ 450,00   | 12                  | \$ 5.400,00   | \$ -      | \$ 5.400,00          |
| Recuerdos  | \$ 9.900,00 | 12                  | \$ 118.800,00 | \$ -      | \$ 118.800,00        |
| <b>Total Presupuesto</b>                                 |             |                     |               |           | <b>\$ 144.816,00</b> |

Elaboración: Autoras

##### *Proyección de Presupuesto de Gastos Marketing*

| <i>Presupuesto Marketing durante los primeros 5 años</i> | PERIODO 1            | PERIODO 2            | PERIODO 3            | PERIODO 4            | PERIODO 5            |
|--|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Publicidad EL UNIVERSO                                   | \$ 16.416,00         | \$ 17.236,80         | \$ 18.098,64         | \$ 19.003,57         | \$ 19.953,75         |
| Difusión de los servicios turísticos                     | \$ 600,00            | \$ 630,00            | \$ 661,50            | \$ 694,58            | \$ 729,30            |
| Difusión en Redes Sociales                               | \$ 3.600,00          | \$ 3.780,00          | \$ 3.969,00          | \$ 4.167,45          | \$ 4.375,82          |
| Difusión en google                                       | \$ 5.400,00          | \$ 5.670,00          | \$ 5.953,50          | \$ 6.251,18          | \$ 6.563,73          |
| Recuerdos  | \$ 118.800,00        | \$ 124.740,00        | \$ 130.977,00        | \$ 137.525,85        | \$ 144.402,14        |
| <b>TOTAL</b>   | <b>\$ 144.816,00</b> | <b>\$ 152.056,80</b> | <b>\$ 159.659,64</b> | <b>\$ 167.642,62</b> | <b>\$ 176.024,75</b> |

Elaboración: Autoras

##### *Proyección de Presupuesto de Gastos Administrativos*

| <i>DETALLE</i>                         | MENSUAL            | PERIODO 1           | PERIODO 2           | PERIODO 3           | PERIODO 4           | PERIODO 5            |
|--|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|
| Honorarios Profesionales               | \$ 5.000,00        | \$ 60.000,00        | \$ 63.000,00        | \$ 66.150,00        | \$ 69.457,50        | \$ 72.930,38         |
| Servicios Básicos-Oficina de Promoción | \$ 500,00          | \$ 6.000,00         | \$ 6.300,00         | \$ 6.615,00         | \$ 6.945,75         | \$ 7.293,04          |
| Alquiler- Oficina de Promoción         | \$ 1.200,00        | \$ 14.400,00        | \$ 15.120,00        | \$ 15.876,00        | \$ 16.669,80        | \$ 17.503,29         |
| Suministros de Oficina                 | \$ 50,00           | \$ 600,00           | \$ 630,00           | \$ 661,50           | \$ 694,58           | \$ 729,30            |
| Suministros de Aseo                    | \$ 30,00           | \$ 360,00           | \$ 378,00           | \$ 396,90           | \$ 416,75           | \$ 437,58            |
| Movilizaciónes y viáticos              | \$ 250,00          | \$ 3.000,00         | \$ 3.150,00         | \$ 3.307,50         | \$ 3.472,88         | \$ 3.646,52          |
| <b>TOTAL</b>                           | <b>\$ 7.030,00</b> | <b>\$ 84.360,00</b> | <b>\$ 88.578,00</b> | <b>\$ 93.006,90</b> | <b>\$ 97.657,25</b> | <b>\$ 102.540,11</b> |

Elaboración: Autoras

#### 4.9.6. Análisis de Escenarios

Para el análisis de escenarios se han considerado los ingresos netos que dejaría la Ruta Cultural Gastronómica para la ciudad de Guayaquil, considerando que el ingreso promedio anual por concepto de turismo en la ciudad es de aproximadamente \$ 115 millones de dólares y tiene un crecimiento anual promedio de 8.75% (variación 2002-2012) según las cifras del INEC (2012), tal como se aprecia en el cuadro de la parte inferior:

|                 | INGRESOS                 | VARIACION    |
|-----------------|--------------------------|--------------|
| 2002            | \$ 73,622,447.00         | 0%           |
| 2003            | \$ 81,493,565.00         | 10.69%       |
| 2004            | \$ 85,386,949.00         | 4.78%        |
| 2005            | \$ 93,435,318.00         | 9.43%        |
| 2006            | \$ 106,584,464.00        | 14.07%       |
| 2007            | \$ 111,666,281.00        | 4.77%        |
| 2008            | \$ 121,437,080.59        | 8.75%        |
| 2009            | \$ 132,062,825.14        | 8.75%        |
| 2010            | \$ 143,618,322.34        | 8.75%        |
| 2011            | \$ 156,184,925.54        | 8.75%        |
| 2012            | \$ 169,851,106.53        | 8.75%        |
| <b>PROMEDIO</b> | <b>\$ 115,940,298.56</b> | <b>8.75%</b> |

Elaboración: Autoras

Una vez conseguido el dato de los ingresos actuales del turismo en la ciudad de Guayaquil, se realiza una proyección del impacto que podría tener ese rubro, una vez que se haya implementado la propuesta de Ruta Cultural Gastronómica, para lo cual, se designaron 3 escenarios: Conservador, Optimista y Pesimista. En el siguiente gráfico se puede observar el incremento de ingresos que generaría la Ruta Cultural Gastronómica en la ciudad de Guayaquil una vez se ejecute:

|                      | <i>NORMAL</i>     | <i>CONSERVADOR</i> | <i>OPTIMISTA</i>  | <i>PESISMISTA</i> |
|----------------------|-------------------|--------------------|-------------------|-------------------|
| <b>INGRESO PROM.</b> | \$ 115.940.298,56 | \$ 115.940.298,56  | \$ 115.940.298,56 | \$ 115.940.298,56 |
| <b>PERIODO 1</b>     | \$ 126.083.377,30 | \$ 128.387.377,30  | \$ 130.463.377,30 | \$ 127.235.377,30 |
| <b>PERIODO 2</b>     | \$ 137.113.826,93 | \$ 139.619.426,93  | \$ 141.877.076,93 | \$ 138.366.626,93 |
| <b>PERIODO 3</b>     | \$ 149.109.279,41 | \$ 151.834.119,41  | \$ 154.289.313,79 | \$ 150.471.699,41 |
| <b>PERIODO 4</b>     | \$ 162.154.158,38 | \$ 165.117.421,88  | \$ 167.787.445,76 | \$ 163.635.790,13 |
| <b>PERIODO 5</b>     | \$ 176.340.273,27 | \$ 179.562.822,33  | \$ 182.466.473,30 | \$ 177.951.547,80 |

Elaboración: Autoras

De esta forma, al momento de calcular los ingresos del proyecto se procederá a contrastar o determinar la diferencia entre los ingresos normales y los ingresos estimados según cada escenario; es decir: *escenario normal* - *escenario conservador* = *crecimiento neto esperado*.

### ***Escenario Conservador***

Es evidente que en un escenario conservador, con la ejecución de la ruta, se ha estimado que el impacto que podría tener la propuesta en los ingresos, es de un incremento del 1.79% como crecimiento anual en relación a los ingresos por turismo de la ciudad de Guayaquil, considerando que sólo se atenderán a 23.040 personas al año, es decir que habrá un ingreso adicional de \$2.304.000 en el primer periodo, para el segundo periodo se ha considerado el crecimiento anual promedio de 8.75% (variación 2002-2012).

| <b>ESCENARIO CONSERVADOR</b>    |                          |                          |                          |                          |                          |          |
|---------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------|
| <b>PERIODOS</b>                 | <b>0</b>                 | <b>1</b>                 | <b>2</b>                 | <b>3</b>                 | <b>4</b>                 | <b>5</b> |
| <b><i>Ingresos anuales:</i></b> |                          |                          |                          |                          |                          |          |
| Ingresos por turismo normal     | \$ 126.083.377,30        | \$ 137.113.826,93        | \$ 149.109.279,41        | \$ 162.154.158,38        | \$ 176.340.273,27        |          |
| Ingresos proyectados            | \$ 2.304.000,00          | \$ 2.505.600,00          | \$ 2.724.840,00          | \$ 2.963.263,50          | \$ 3.222.549,06          |          |
| <b>Crecimiento Esperado</b>     | <b>\$ 128.387.377,30</b> | <b>\$ 139.619.426,93</b> | <b>\$ 151.834.119,41</b> | <b>\$ 165.117.421,88</b> | <b>\$ 179.562.822,33</b> |          |

**Elaboración: Autoras**

### ***Escenario Optimista***

Por su parte, el escenario optimista presenta cifras mas alentadoras, considerando que con la ejecución de la ruta, el crecimiento de los ingresos por turismo de la ciudad se incrementarían en un 3,36% anual en relación a los ingresos por turismo de la ciudad de Guayaquil, considerando que se atenderán las 43.800 personas al año, es decir que habrá un ingreso adicional de \$4.380.000 en el primer periodo, demostrando así que el costo beneficio es más elevado.

| <b>ESCENARIO OPTIMISTA</b>      |                          |                          |                          |                          |                          |          |
|---------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------|
| <b>PERIODOS</b>                 | <b>0</b>                 | <b>1</b>                 | <b>2</b>                 | <b>3</b>                 | <b>4</b>                 | <b>5</b> |
| <b><i>Ingresos anuales:</i></b> |                          |                          |                          |                          |                          |          |
| Ingresos por turismo normal     | \$ 126.083.377,30        | \$ 137.113.826,93        | \$ 149.109.279,41        | \$ 162.154.158,38        | \$ 176.340.273,27        |          |
| Ingresos proyectados            | \$ 4.380.000,00          | \$ 4.763.250,00          | \$ 5.180.034,38          | \$ 5.633.287,38          | \$ 6.126.200,03          |          |
| <b>Crecimiento Esperado</b>     | <b>\$ 130.463.377,30</b> | <b>\$ 141.877.076,93</b> | <b>\$ 154.289.313,79</b> | <b>\$ 167.787.445,76</b> | <b>\$ 182.466.473,30</b> |          |

**Elaboración: Autoras**

### Escenario Pesimista

Para el escenario pesimista se asume que la propuesta no tendría mayor impacto en el turismo local, por lo que su crecimiento estimado sería de apenas 0.91% anual en relación a los ingresos por turismo en la ciudad de Guayaquil, considerando que sólo se atenderán a 11.520 personas al año, es decir que habrá un ingreso adicional de solo \$1.152.000,000 para el primer periodo, y por tal razón el costo beneficio es bajo también.

| <b>ESCENARIO PESIMISTA</b>  |                          |                          |                          |                          |                          |          |
|-----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------|
| <b>PERIODOS</b>             | <b>0</b>                 | <b>1</b>                 | <b>2</b>                 | <b>3</b>                 | <b>4</b>                 | <b>5</b> |
| <i>Ingresos anuales:</i>    |                          |                          |                          |                          |                          |          |
| Ingresos por turismo normal | \$ 126.083.377,30        | \$ 137.113.826,93        | \$ 149.109.279,41        | \$ 162.154.158,38        | \$ 176.340.273,27        |          |
| Ingresos proyectados        | \$ 1.152.000,00          | \$ 1.252.800,00          | \$ 1.362.420,00          | \$ 1.481.631,75          | \$ 1.611.274,53          |          |
| <b>Crecimiento Esperado</b> | <b>\$ 127.235.377,30</b> | <b>\$ 138.366.626,93</b> | <b>\$ 150.471.699,41</b> | <b>\$ 163.635.790,13</b> | <b>\$ 177.951.547,80</b> |          |

**Elaboración: Autoras**

De esta forma es posible apreciar que el proyecto tiene resultados bastante alentadores ya que en todos los escenarios se aprecia cifras para el crecimiento del turismo local; si bien es cierto en el escenario pesimista la relacion beneficio-costos es baja, pero aún así es un ingreso que gozaría la comunidad guayaquileña, especialmente aquellos que están relacionados directamente con la propuesta, tales como restaurantes y empresas afines.

## CONCLUSIONES

A lo largo de la investigación, se pudo constatar cuan importante es para el turismo de la ciudad de Guayaquil la implementación de una nueva alternativa, que sirva como herramienta de apoyo para el mejoramiento y crecimiento del turismo en la ciudad de Guayaquil, por eso es posible apreciar que la actividad turística en la urbe tiene impactos positivos muy importantes en su entorno, logrando un desarrollo en diferentes aspectos. A continuación se hará una explicación de los campos que se ven involucrados y beneficiados directamente con la incorporación y desarrollo del turismo en la ciudad de Guayaquil:

El turismo constituye una actividad netamente económica pues a lo largo del tiempo está comprobado que este es uno de los sectores que mayores ingresos deja alrededor del mundo y en el Ecuador no es la excepción, pues según datos del Ministerio de Turismo, en el país se ha registrado un incremento de los ingresos de divisas por concepto de turismo entre 2002 y 2008 en cerca de 6.24% anual, tomando como base 2002 donde el ingreso por turismo fue de \$ 596 millones de dólares y en 2008 esta cifra alcanzó su más alto nivel ubicándose en \$ 766 millones de dólares.

De igual forma, según las cifras presentadas por el INEC, hasta el año 2012 se puede observar un desarrollo sostenido de los ingresos que genera el sector de hotelería y turismo en la ciudad de Guayaquil, lo que guarda relación al crecimiento previamente analizado de las divisas turísticas, siendo este uno de los sectores más importantes de la industria turística. Es así como los ingresos pasaron de \$ 73.62 millones de dólares en 2002 hasta \$ 169,85 millones de dólares en 2012, habiendo una variación anual promedio equivalente al 8,75% entre estos 11 periodos.

Por otra parte, las divisas que ingresan al país por concepto de turismo influyen positivamente en la balanza de pagos, por tanto los ingresos por turismo establecen una forma de exportación invisible. El flujo de divisas que genera, forma parte de la balanza de servicios, y en Ecuador la balanza de turismo actual presenta un déficit, ya que si bien hay un crecimiento sostenido de los ingresos por turismo, las salidas de divisas por este concepto son mayores, por esta razón para muchos estados es una fuente significativa de divisas que ayuda a compensar total o en parte las pérdidas por cuenta corriente.

Es así como la actividad turística impulsa movimientos de capitales entre diversas zonas de un país y entre países. Desde esta óptica, el turismo receptor genera una entrada de flujos desde el extranjero, mientras que el turismo emisor genera la correspondiente salida de fondos al extranjero. El impacto económico neto del turismo obedecerá del tipo de economía donde se desarrolla, es decir, de sus características políticas y del grado de desarrollo económico.

Al momento de llevar a cabo la investigación de campo se pudo determinar que las personas que visitan Guayaquil lo hacen por negocios, o lugar de tránsito para efectuar sus visitas a las playas, de igual manera, se ha determinado, que las personas que dicen realizar turismo cultural en Guayaquil, sólo identifican los íconos más representativos de la cultura de la ciudad, sin que realmente puedan tener la información necesaria de los sitios visitados y poder adentrarse a la cultura de la Ciudad de Guayaquil. Es así como se justifica el desarrollo de una propuesta de turismo cultural con la finalidad de generar en los ciudadanos locales, una gestión educativa que les ayude a conocer, valorar y preservar el patrimonio del que ellos también forman parte, no sólo en el aspecto gastronómico, sino también en su cultura y costumbres.

El proyecto se propondrá al Municipio de Guayaquil, para su ejecución y financiamiento, de esta forma, la inversión inicial sería de aproximadamente \$ 182 mil dólares y un flujo de gastos de publicidad y administración de aproximadamente \$229 mil dólares anuales, para lo cual el crecimiento del turismo estimado en la ciudad de Guayaquil a tres escenarios (conservador, pesimista y optimista) permitiría obtener unos ingresos de 1,79%, 0,91% y 3,36% de ingresos extras anuales respectivamente en relación al ingreso por turismo anual de la ciudad de Guayaquil, por lo que la propuesta resultaría viable por el impacto económico y social que generaría en la ciudadanía guayaquileña.

## RECOMENDACIONES

Para que los resultados obtenidos por el proyecto se mantengan o se logren perfeccionar se recomienda lo siguiente:

- ✓ Variar los recorridos de la ruta con una determinada frecuencia, para mantener el interés de los turistas.
- ✓ Realizar convenios con instituciones públicas o privadas, a fin de obtener patrocinios para eventos de promoción de la cultura guayaquileña.
- ✓ Capacitar constantemente al personal, para que este al día en temas, culturales, históricos y pedagógicos.
- ✓ Promover proyectos similares que integren otras ciudades.

## GLOSARIO

- **Área Turística.-** Espacio geográfico dentro del territorio nacional, en el que se concentran varios lugares complementarios de atracción para el turista, y que cuenta con atractivos relativamente contiguos.
- **Atractivos Turísticos.-** Elementos determinantes para motivar, por sí solos o en combinación con otros, el viaje turístico hacia una localidad, convirtiéndose en la base productiva del turismo a partir de los cuales se inicia el desarrollo de producto turísticos
- **Consumo turístico:** Es un consumo de bienes y servicios turísticos;
- **Desarrollo turístico sostenible.-** Es aquel que satisface las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades, mediante la explotación de los servicios turísticos.
- **Destino Turístico.-** Se denomina destino turístico a una zona o área geográfica, con límites definidos, en la que se concentra la oferta y demanda turística, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado.
- **Gasto turístico:** El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos.
- **Grupo de viaje:** Se define como visitantes que realizan juntos un viaje y comparten los gastos vinculados con el mismo
- **Paquetes turísticos.-** Conjunto de servicios turísticos, ajustado o proyectado a solicitud del cliente, a un precio preestablecido.
- **Producto turístico.-** Es el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo, bienes y servicios que son producidos por diferentes prestadores de servicios pero que el turista lo percibe como uno sólo y que están anclados al atractivo como elemento motivador de visitas.
- **Recursos Turísticos.-** Son todos los bienes naturales o artificiales.
- **Turismo de entrada o receptivo:** Es el que se produce en un país, cuando llegan a él visitantes que residen en otros países con la intención de permanecer un tiempo limitado en el mismo.
- **Turismo de salida o emisivo:** Es una forma de turismo constituido por los habitantes de un lugar que realizan viajes fuera de su territorio a otro país.

- **Turismo Fronterizo:** Es una forma de turismo que se realiza en ambos sentidos en una frontera.
- **Turismo Interior:** Es el que incluye el turismo interno o doméstico y el turismo de entrada o receptivo.
- **Turismo Internacional:** Se compone del turismo receptivo y el turismo emisor.
- **Turismo interno o doméstico, de entrada o de salida:** Es el que realizan los residentes de un país sin salir de su propio territorio.
- **Turismo Nacional:** Incluye el turismo interno o doméstico y el turismo de salida o emisor.
- **Viaje turístico:** El término viaje turístico designa todo desplazamiento de una persona a un lugar fuera de su lugar de residencia habitual, desde el momento de su salida hasta su regreso. Por lo tanto, se refiere a un viaje de ida y vuelta. Los viajes realizados por los visitantes son viajes turísticos.
- **Viajes de Entrada:** Son los viajes de los no residentes de un país a otro país.
- **Viajes de Salida:** Son los viajes de los residentes de un país fuera de su propio país.
- **Viajes Domésticos:** Son los viajes dentro de un país por parte de los residentes.
- **Visitante de negocios:** Es un visitante para el que los negocios y motivos profesionales son el motivo principal de un viaje turístico.
- **Aculturación.-** Recepción y asimilación de elementos culturales de un grupo humano por parte de otro.
- **Biodiversidad.-** Variedad de especies animales y vegetales en su medio ambiente.
- **Costumbre.-** Hábito adquirido conjunto de inclinaciones y de usos que forman el carácter distintivo de una nación o de una persona.
- **Cultura.-** Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social. Conjunto de las manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo.
- **Descentralización:** En virtud del cual la actividad turística es responsabilidad e involucra a todos los organismos, dependencias, entidades y personas jurídicas que integran el sector público.
- **Ecoturismo.-** Turismo con el que se pretende hacer compatibles el disfrute de la naturaleza y el respeto al equilibrio del medio ambiente.
- **Excursionista.-** Es la persona que viaje temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual, por un periodo inferior a 24 horas y que utilice alguno de los

servicios turísticos a que se refiere esta Ley, sin perjuicio de lo dispuesto para efectos migratorios por la Ley de Extranjería.

- **Fauna.-** Conjunto de especies animales que habitan en una región geográfica y que se pueden encontrar en un ecosistema determinado.
- **Flora.-** Conjunto de vegetales vivos adaptados a un medio determinado
- **Folklore.-** Conjunto de creencias, costumbres, artesanías, etc., tradicionales de un pueblo.
- **Generaciones.-** Desenvolverse con habilidad en los asuntos diarios.
- **Identidad.-** Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás. Conciencia que una persona tiene de ser ella misma y distinta a las demás.
- **Infraestructura.-** Parte de una construcción que está bajo el nivel del suelo. Conjunto de elementos o servicios que se consideran necesarios para la creación y funcionamiento de una organización cualquiera. Infra-estructura aérea, social, económica.
- **Paisajístico.-** Pertenece o relativo al paisaje, en su aspecto artístico.
- **Sustentable.-** Que se puede sustentar o defender con razones
- **Tradición.-** Comunicación de hechos históricos y elementos socioculturales de generación en generación
- **Turismo:** Implica un desplazamiento desde una residencia principal hacia un lugar (turístico) que permita un consumo turístico.
- **Turistas:** Son un subconjunto de los visitantes y, a su vez, los visitantes son un subconjunto de los viajeros.
- **Viajero:** Es alguien que se mueve entre diferentes localizaciones geográficas, por cualquier período de tiempo y/o cualquier motivo.
- **Viajes:** Se refiere a la actividad de los viajeros.
- **Visita:** Se refiere al viaje de una persona desde el momento de su partida desde su residencia usual hasta el regreso y está compuesta por un número de visitas a diferentes lugares.
- **Visitante:** Es un viajero que realiza una visita a un destino principal distinto al de su residencia habitual, por un período inferior a un año y por un motivo distinto (negocios, placer u otros motivos personales) al de ejercer una actividad principal en el lugar visitado.

## BIBLIOGRAFÍA

- ADEGUA. (2010). Recuperado el 15 de Julio de 2012, de  
[http://www.adegua.eu/index.php?option=com\\_content&view=article&id=311&Itemid=255](http://www.adegua.eu/index.php?option=com_content&view=article&id=311&Itemid=255)
- Capo, J., Riera, A., & Rossello, J. (2006). *Una revision del analisis economico del turismo*. Unversidad de Les Illes Balears.
- Club Visita Ecuador. (2010). Recuperado el 15 de Julio de 2012, de  
[http://www.visitaecuador.com/home.php?hasta=320&codi\\_seccion=0&cod\\_seccion=5&codigo=3R94rLtY](http://www.visitaecuador.com/home.php?hasta=320&codi_seccion=0&cod_seccion=5&codigo=3R94rLtY)
- Diario El Universo. (5 de Junio de 2007). Recuperado el 15 de Julio de 2012, de  
<http://www.eluniverso.com/2007/06/05/0001/12/B361661904214F63A9D324928E4C24B1.html>
- Gonzalez, P. (s.f.). *El Producto Turistico*.
- Holistica Consultores. (2010). *Plan maestro del Ferrocarril Turistico Patrimonial del Ecuador*. Quito.
- Ministerio de Turismo. (17 de Mayo de 2008). Recuperado el 15 de Julio de 2012, de  
[http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=614:en-azuay-ministra-de-turismo-inaugur-primera-fase-del-corredor-turico-santa-bara&catid=98:archivos-2008&Itemid=153](http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=614:en-azuay-ministra-de-turismo-inaugur-primera-fase-del-corredor-turico-santa-bara&catid=98:archivos-2008&Itemid=153)
- Parra, D. (2006). *Metodo y Conocimiento: Metodologia de la investigacion*. Universidad Eafit.
- Patrimonio Turistico . (12 de Agosto de 2008). Recuperado el 2012 de Julio de 20, de  
[http://www.patrimonioturistico.cl/site/index.php?option=com\\_zoo&task=item&item\\_id=70&Itemid=77](http://www.patrimonioturistico.cl/site/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=70&Itemid=77)
- Perez, Y., Vazquez, L., & Alvarez, V. (s.f.). *Procedimiento para realizar estudios de mercados emisores reales y potenciales para el producto turistico de las Tunas*. Biblioteca UTEC.
- Pestana, J. V. (2007). *Aspectos Complejos del Tiempo Libre y el Si Mismo*. Barcelona: Departamento de Psicologia Social de la Universidad de Barcelona.
- Productiva, R. (2011). *Informe de Segmentacion del Sector Turistico Ecuatoriano*. Quito: USAID Ecuador.

*Scribd.* (2011). Recuperado el 15 de Julio de 2012, de

<http://es.scribd.com/doc/51260125/MANUAL-DE-TURISMO-DISCOVER-LEARN-DREAM-parte-01>

Tkachuk, C. (2008). *Marketing Turístico: Principios para el desarrollo estratégico de ciudades turísticas*. Buenos Aires.

Vertice. (2007). *Marketing Turístico*. Madrid: Editorial Vertice.

Quesada, R. (2006). *Elementos del Turismo*. Costa Rica: Editorial EUNED

[//">http://boletin-turistico.com/component/k2/item/2898-cr%C3%ADtica-de-la-econom%C3%ADa-convencional-del-turismo-i //](http://boletin-turistico.com/component/k2/item/2898-cr%C3%ADtica-de-la-econom%C3%ADa-convencional-del-turismo-i)

[http://www.eumed.net/libros/2011e/1094/sector\\_servicio.html](http://www.eumed.net/libros/2011e/1094/sector_servicio.html)

## ANEXOS

### ANEXO 1. PROYECTOS TURISTICOS EN CHIMBORAZO

#### VÍCTOR HUGO CEVALLOS | ALAUSÍ, CHIMBORAZO



ALAUSÍ, Chimborazo. El jueves pasado se inauguró la ruta Alausí-Sibambe-Alausí, tramo denominado Nariz del Diablo. Así se inició la operación turística con tres coches panorámicos.

En un tiempo de dos horas y media, el jueves pasado se realizó el primer viaje en tren de la ruta Alausí-Nariz del Diablo-Alausí, luego de que Ferrocarriles del Ecuador hiciera la entrega de la estación del ferrocarril y tres coches panorámicos, para fomentar el turismo local.

Esta actividad, que se cumplió como parte del proyecto Vive tu Tren, tuvo acogida de la población, que gratuitamente recorrió la ruta ese día. Así, con los tres coches panorámicos contruidos en España, Ferrocarriles del Ecuador inició la operación turística en el tramo Alausí-Sibambe-Alausí, ruta denominada Nariz del Diablo.

El costo de embarque para el público sería de \$ 20 por persona, pero regiría desde septiembre. Por ahora los paseos serán gratis y exclusivamente con invitaciones intransferibles en los coches panorámicos, lo que incluirá guía, café y visita al Centro Interpretativo Candor Puñuna y a la plaza artesanal del tren Alausí-Sibambe.

Cada coche tiene una capacidad promedio para acoger a 40 personas, y el convoy, para unas 130. Tienen climatización interna, agua, baterías sanitarias, un sistema neumático de suspensión para dar mayor suavidad y equilibrio en el desplazamiento sobre la vía férrea.

La presentación oficial del nuevo equipo remolcado, que se integra al patrimonio ferroviario, se efectuó en la estación de Alausí a las 14:30. Adicionalmente se firmarán convenios con la asociación de desarrollo comunitario Tolte, Asociación de Turismo Comunitario Agroartesanal de Nizag y la Asociación Nariz del Diablo.

“El objetivo es atraer el turismo, generando oportunidades de desarrollo económico para las poblaciones involucradas, que en un total son 2.500 personas. Hay que recordar que antes con el ferrocarril era cero turismo, cero confort y cero seguridad”, dijo Jorge Eduardo Carrera, gerente general de la Empresa Ferrocarriles del Ecuador (EFE).

Mientras, artesanos como Zoila Guamán, hicieron un llamado a los turistas, a quienes ofrecen artesanías de Pistishi hechas en cabuya, como llaveros, portavasos y otros.

<http://www.eluniverso.com/2012/04/30/1/1447/inauguro-ruta-tren-alausi-nariz-diablo.html>

## ANEXO 2. APOYO AL CORREDOR SANTA BARBARA

### Reportajes **Hemeroteca Virtual**

#### **Apoyo al corredor Santa Bárbara**

Fecha:2008-05-17 00:00:00

La ministra de Turismo anunció la entrega de recursos por cerca de 100.000 dólares

GUALACEO.- Con la presencia de la ministra de Turismo, Verónica Sión, alcaldes y otras autoridades, al medio día de ayer se efectuó el lanzamiento de la segunda etapa del proyecto Corredor Turístico del Santa Bárbara.

Previo al acto, la secretaria de Estado y su comitiva visitaron algunos sectores que se están convirtiendo en puntos de visita obligada para los turistas que llegan al cantón Gualaceo, tal el caso de la Casa de las Macanas, en San Pedro de los Olivos, el Orquideario de Ecuagenera, el Museo Arqueológico López Abad.

La ministra informó que para la segunda fase del Corredor Santa Bárbara se aporta aproximadamente 65.000 dólares, a lo que se adicionará 30.000 dólares en capacitación, asistencia técnica y desarrollo de la señalización.

Además se apoyará la promoción por los diferentes medios de comunicación, especialmente por el canal del Estado, señaló.

En cuanto a los productos en concreto, la funcionaria de gobierno informó que se han identificado 5 proyectos ligados a rutas turísticas, gastronomía, artesanías.

En este sentido destacó el trabajo de la familia Jiménez Ulloa, de San Pedro de los Olivos que ha mantenido una riqueza cultural enorme heredada por generaciones y que hoy está en proceso de rescate.

Ventajosamente el trabajo de la familia se alinea con la corriente mundial de consumir productos naturales pues las macanas que producen son en base a fibras y tintes naturales, alcanzando en el mercado internacional precios exorbitantes pero lamentablemente en Azuay y el país no se les da el debido valor.

Suma de esfuerzos

Preguntada sobre la señalética, tarea que ya fue anunciada por el Gobierno Provincial del Azuay, la ministra aclaró que su cartera más bien se suma al esfuerzo por el fortalecimiento de desarrollo del corredor turístico.

De esta forma hay un trabajo coordinado entre la Prefectura, las alcaldías de Gualaceo, Chordeleg y Sígfig, contando con la promoción y asistencia técnica del ministerio del ramo, enfatizó Verónica Sión.

Entonces son los gobiernos locales y las comunidades los verdaderos responsables del proyecto, dado que la industria turística no se puede deslocalizar y todo el beneficio se va a quedar en la zona, precisó la secretaria de Estado. (MCM)

## ANEXO 3. RECORTE DEL DIARIO EL UNIVERSO

Móvil Iniciar sesión | Registrarse Ediciones Anteriores

# EL UNIVERSO

Domingo 21 de octubre del 2012  
12h40 Guayaquil, Ecuador

Noticias Opinión Guayaquil Deportes Entretenimiento Vida Tecnología

Comunidad Vida local Viva Samborondón Viva Guayaquil Viva Alborada

Twitter 5 Recomendar 15 Enviar Reportar errores Imprimir A+

Domingo 21 de octubre del 2012 Comunidad

## Ciclopaseo por sitios turísticos patrimoniales

A las 10:00 de hoy se inicia el primer ciclopaseo, de tres previstos, por sitios turísticos patrimoniales de Guayaquil. El sitio de encuentro será el museo Presley Norton, en Carchi y Nueve de Octubre.

Los participantes van a visitar el parque Centenario, la Plaza Vicente Rocafuerte, parque Seminario, Plaza de la Administración, museo Nahím Isaías y, finalmente, el Centro Cultural Libertador Simón Bolívar.

Para este primer ciclopaseo, el Ministerio Coordinador de Patrimonio y el Instituto Nacional de Patrimonio, entidades que impulsan la iniciativa, ha puesto a disposición del público 50 bicicletas y cascos, de manera gratuita.

Sin embargo, quienes deseen pueden unirse a las visitas con su propia bicicleta.

El recorrido en bicicleta lo controlan los vigilantes de tránsito y los ciclistas deben respetar la señalética, ya que no se tiene previsto cerrar calles ni se han destinado carriles exclusivos, mencionó María José Icaza, técnica del Ministerio Coordinador de Patrimonio.

Esta misma ruta se replicará el 4 y 18 de noviembre.

**Fotos**



Manolo Vardi

Ampliar imagen

A las 10:00 de hoy se desarrollará un ciclopaseo. El sitio de encuentro será el museo Presley Norton.

## ANEXO 4. RECORTE DEL DIARIO EL COMERCIO

**EL COMERCIO.COM** Pais

Home Noticias Mundo Deportes Opinión Entretenimiento Tecnología Sociedad Pais  
Suplementos REGIONAL CUENCA - LOJA REGIONAL AMBATO - RIOBAMBA REGIONAL SANTO DOMINGO

Pais » Guayaquil

## El barrio Las Peñas es una colorida vitrina patrimonial



Las postales de Las Peñas. Las casas regeneradas adornan las faldas del cerro Santa Ana.

Like 9  
 Twitter 3  
 +1 0  
**TARINGA!** 0

Herramientas

- A A Agrandar / Achicar
- Enviar
- Imprimir
- Comentar
- Corregir
- Compartir
- 1277 lecturas

Etiquetas

GUAYAQUIL

**educAcción**

La mejor información educativa

• TIEMPO DE LECTURA: 4' 1" • NO. DE PALABRAS: 652

• Redacción Guayaquil • Martes 24/07/2012

En el más antiguo barrio de la ciudad se respira historia. Este sitio especial, único en la urbe, celebra por estos días sus 30 años como Patrimonio Cultural de la Nación.

Y lo hace con una serie de actos, en medio del reconocimiento permanente de turistas, nacionales y extranjeros, que lo visitan.

"Ver las fotos antiguas de cómo eran Las Peñas y estar hoy aquí es como volver en el tiempo pero a colores. Es loable como se ha logrado recuperar las edificaciones y darle vida a un barrio que es la historia de

## ANEXO 5. RECORTE DEL DIARIO PP EL VERDADERO

Tomada de la edición impresa del Sábado, 26 Mayo 2012



## El Parque Histórico de Guayaquil



Ubicado en Samborombón, este sitio recrea parte tradiciones de la ciudad, tanto en el aspecto arquitectónico como en el natural.

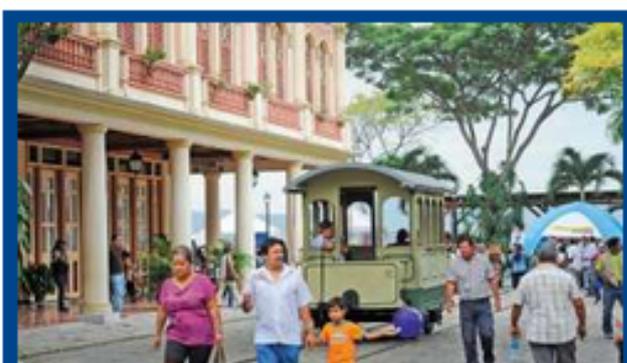


Foto: Karty Torres

El Parque Histórico, como su nombre lo indica, es un complejo en el que combinan aspectos del Guayaquil de antes, como las casas y la forma de vestir.

Edward Lara · Guayaquil

Uno de los principales objetivos de este centro de recreación es preservar para las futuras generaciones lo mejor de la vida silvestre y las tradiciones guayaquileñas.

Además, también dar a conocer, a propios y extraños, la arquitectura urbana de la ciudad costera que predominaba a inicios del siglo XX.

Uno de los atractivos de este lugar es la zona de vida silvestre, área que privilegia el ambiente natural de las especies que están en peligro de extinción en estado

silvestre.

Este espacio recoge, aproximadamente, cuatro hectáreas de terreno, en donde más de 50 especies, entre aves, mamíferos, peces y otros animales hacen del bosque su hábitat natural.

La zona de vida silvestre puede ser fácilmente recorrida mediante un sendero elevado que permite un contacto real con el ecosistema, esto sin que el visitante ni los animales se incomoden.

Este sendero ofrece un total de 23 paradas temáticas, lo que permite contemplar cada especie de animal o planta del lugar.

### Mucho que ver

Otra de las áreas que puede visitar en el Parque Histórico es la zona de la arquitectura urbana, la cual recrea una época de prosperidad en la ciudad.

En ese tiempo, el cacao fino de aroma de exportación trajo riqueza a la ciudad y las haciendas circundantes, especialmente en la provincia de Los Ríos y su famoso París chiquito o Vinces, en donde estaban las haciendas más importantes del país.

## ANEXO 6. RECORTE DEL DIARIO EL UNIVERSO

[Iniciar sesión](#) | [Registrarse](#)

EL UNIVERSO

Lunes 20 de julio del 2009  
 Guayaquil, Ecuador  
 Hora Local 21:40

Noticias
Opinión
Guayaquil
Deportes
Entretenimiento
Vida

Salud
Tecnología
Medio Ambiente
Familia

Familia

## La comida típica que identifica a Guayaquil

Este mes, al igual que en años anteriores, la comida típica de Guayaquil se hace presente en festivales gastronómicos o en la carta de muchos restaurantes locales: Lo Nuestro, Unicafé (Unipark), Kafé Boulevard (Hampton Inn), Café Palace (hotel Palace), El Patio (Oro Verde), La fuente (Sheraton), entre otros.

Pero ¿tiene la ciudad platos típicos que le pertenezcan, que nacieron en ella? Mauricio Armendaris, presidente de la Asociación de Chefs del Ecuador, dice que la autoría no la da el sitio de origen, sino el consumo constante.

Agrega que muchos de los platos que se comen a diario en Guayaquil, por ejemplo, el caldo de manguera, se vende en otros lugares del país, pero en esta ciudad es donde se hace el de mayor gusto y demanda, no solo de su población, sino también de los turistas nacionales y extranjeros.

Fotos

[Ampliar imagen](#)

El seco de chivo, caldo de manguera y arroz con menestra están entre los platos más consumidos en la ciudad.