



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE INGENIERÍA MARÍTIMA CIENCIAS
BIOLÓGICAS, OCEANOGRÁFICAS Y RECURSOS
NATURALES

“DISEÑO DE RUTAS PARA FREE WALKING TOURS”

INFORME DE PROYECTO INTEGRADOR

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN TURISMO

NAYIB JABETH CEPEDA CAMACHO

LUIS GUILLERMO VITERI VILLACIS

GUAYAQUIL – ECUADOR

AÑO: 2017

AGRADECIMIENTOS

Mis más sinceros agradecimientos van dirigidos a varios grupos de personas:

En primer lugar a mis padres por proporcionarme todos los medios para poder llegar hasta donde estoy, por criarme y formar la gran persona que soy hoy por hoy.

A mi abuela materna, por ser nuestro sustento desde el día en que nací y apoyarnos en los momentos más difíciles.

A todos y cada uno de los educadores y formadores que, a lo largo de mi vida me fomentaron este amor por el conocimiento y la educación y me incentivaron para ser cada día mejor. Por ser verdaderos maestros, muchas gracias.

Y por último, pero no menos importantes, a mi pequeño pero gran grupo de amigos: mi familia escogida. Por apoyarme y animarme en cada momento a través de estos últimos cinco años, los llevare siempre conmigo.

TRIBUNAL DE EVALUACIÓN

Mgtr. Ángel Largo

PROFESOR EVALUADOR

Msc. Wilmer Carvache

PROFESOR TUTOR

DECLARACIÓN EXPRESA

"La responsabilidad y la autoría del contenido de este Trabajo de Titulación, nos corresponde exclusivamente; y damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual"

.....
Jabeth Cepeda

.....
Guillermo Viteri

RESUMEN

En el presente proyecto se aborda, analiza y explica el fenómeno del Free Walking Tour; su origen, desarrollo y como se está implementando en la región sudamericana. Se presentan los resultados de dos tesis académicas que abordan el problema desde diferentes puntos de vista. Basados en estos estudios se plantea la implementación de los Free Walking Tour para diversificar la oferta turística de la ciudad de Guayaquil a través del diseño de una ruta turística y de lineamientos para la correcta operación de estos recorridos. Se realizó un estudio de mercado mediante entrevistas a propietarios de hostales y a turistas para validar la existencia de un potencial segmento de mercado: los viajeros independientes; así como un inventario turístico para definir los atractivos más icónicos que incluirá la ruta. Adicionalmente se llevó a cabo una prueba piloto para validar la ruta propuesta y determinar los horarios más idóneos para la operación de la misma. Finalmente se demostró la existencia e importancia de este nuevo segmento de mercado, se generó un documento académico que sirva de base para futuras investigaciones acerca de esta problemática y se diseñó un mapa explicativo indicando los puntos que integran la ruta con una detallada explicación sobre los atractivos que se visitaran dentro de la misma.

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTOS.....	II
TRIBUNAL DE EVALUACIÓN.....	III
DECLARACIÓN EXPRESA.....	IV
RESUMEN.....	V
ÍNDICE GENERAL.....	VI
INTRODUCCIÓN.....	1
1. REVISIÓN DE LITERATURA.....	5
1.1. Conceptos básicos.....	5
1.2. Casos de estudio.....	11
1.3. Metodología.....	14
2. ESTUDIO DE MERCADO.....	16
2.1 Validación de la hipótesis del problema.....	16
2.2 Entrevistas a turistas.....	17
2.3 Análisis de la oferta existente.....	25
3. ATRACTIVOS.....	27
3.1 Inventario.....	27
4. Propuesta final.....	38
4.1 Descripción de la ruta.....	38
4.2 Lineamientos para la operación de Free Walking Tours.....	43
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	45
BIBLIOGRAFÍA.....	47

INTRODUCCIÓN

Antecedentes. -

El turismo en los últimos años ha sufrido cambios vertiginosos que radican en las nuevas necesidades de los turistas, de sus motivaciones y deseos para viajar, realizando actividades vinculadas con la actividad turística.

Según Andrés Romero (2014), el surgimiento en las últimas dos décadas de nuevas modalidades de comercio y consumo ha impactado también en el turismo, siendo el aspecto más radical el concepto de la economía colaborativa. En la cual el objetivo sigue siendo lucrativo, pero desde otra modalidad.

El turismo actualmente se basa en ser una actividad de experiencias dentro de la cual el turista realiza actividades que van más allá del turismo tradicional, en el cual solo era un simple espectador. Ahora los turistas buscan interactuar con los individuos y con la comunidad del destino que visitan (Romero, 2014).

Dentro de este marco, una de las actividades más icónicas del turismo: la guianza turística, ha tenido un gran cambio a partir del nacimiento del fenómeno conocido como "Free Walking Tours". *"El Free Tour nació en 2004 en Berlín, capital alemana y se ha convertido en un sinónimo de recorrer a pie la ciudad; comenzaron únicamente siendo tours en inglés, pero dos años después se expandió a Ámsterdam y Londres en dos idiomas más, español y alemán"* (Recio & Rivera, 2015).

Los Free Tours nacen fruto de una motivación turística cada vez mayor a nivel mundial, e independientemente del presupuesto del viajero, nace la necesidad de ofrecer un servicio de calidad adaptado a todos los bolsillos, basado en un sistema de propinas según el grado de satisfacción del turista. El tour es completamente gratuito y al final del recorrido los participantes pueden elegir si el guía merece una propina según su nivel de satisfacción con la visita recibida. (Recio & Rivera, 2015, p. 7).

Esta modalidad de guianza ha incursionado también en algunos países de Sudamérica: Argentina, Chile, etc. por lo que no es un fenómeno alejado a la región. En Argentina existe la empresa Buenos Aires Free Walks, mientras que en Chile opera Free Tour Santiago. Estos “tours gratuitos” ofrecen una manera entretenida y amigable de conocer la ciudad que estás visitando, además de darte la oportunidad de socializar con personas de diferentes nacionalidades. (El Comercio, 2013)

Según cifras emitidas por el Observatorio Turístico Guayaquil es mi destino (2015), la ciudad recibió 345 mil y 546 mil turistas extranjeros para los años de 2014 y 2015 respectivamente. Para el año 2016 se registró la llegada de más de dos millones de turistas, de los cuales 574 mil eran extranjeros (Gallardo, 2017), datos que evidencian el desarrollo turístico que la ciudad está experimentando.

Por otra parte, las autoridades de la ciudad están enfocadas en promover el turismo de negocios ya que, por dos años consecutivos Guayaquil ha ganado en los World Travel Awards, el reconocimiento como “Destino líder de Sudamérica para viajes de negocios”. Este tipo de turismo es uno de los que más ha crecido en la ciudad y, se están realizando múltiples opciones encaminados a su atracción, de acuerdo con lo que manifiestan continuos artículos de Diario EL Universo (2017), pero se está dejando de lado a otros mercados turísticos que también visitan la ciudad como son los viajeros independientes, turistas de bajo presupuesto y backpackers, los cuales carecen de actividades a las cuales puedan acceder por los costos que estas representan.

Definición del problema. -

Los viajeros independientes son un gran mercado al que no se le apuesta, con respecto a este tema existe muy poca información que sustente dicha problemática aquí en la ciudad. Según lo manifestado por Gloria Gallardo, presidenta de la Empresa Municipal de Turismo, en un comunicado de prensa a Diario EL UNIVERSO el 11 de junio de 2017, Guayaquil recibió 574 mil turistas extranjeros en el año 2016, si se triangula esta información con la brindada por el Observatorio Turístico de Guayaquil donde se indica que el 46% de los turistas que arribaron a

Guayaquil lo hicieron por motivos de ocio y recreación; tenemos que, potencialmente, Guayaquil posee un mercado al 2016 de 264 mil turistas extranjeros que visitaron la ciudad por motivos de ocio y recreación. Lo cual lo evidencia que es un mercado relevante y con un gran potencial de crecimiento para el cual se podría diversificar la oferta de actividades y, por ende, su gasto turístico. Los viajeros independientes no cuentan con más información de servicios adecuados a su presupuesto, mismos que en ocasiones no existen, mientras que las autoridades de la ciudad y los grandes promotores de turismo de la misma podrían generar mayor cantidad de espacios y/o actividades para el impulso y desarrollo de este potencial segmento de mercado.

Justificación. -

Tomando en cuenta la información antes mencionada, la implementación de los denominados “Free Tours” podría resultar en una herramienta muy útil para acaparar esa gran y creciente cantidad de turistas que no poseen mucho tiempo para city tours tradicionales o los denominados “full days”.

En Ecuador, esta es una nueva modalidad de recorridos turísticos que aún no está regulada ni formalizada y, debido a la gran demanda de turistas y la escasa oferta para satisfacer a dicha demanda, los Free Walking Tours se vuelven una opción viable para la diversificación de la oferta de servicios turísticos en la ciudad de Guayaquil.

El presente proyecto tiene como fin proponer una ruta turística dentro de la ciudad de Guayaquil, específicamente en el área del centro urbano, donde se realizará la actividad de “Free Walking Tours” para aquellos turistas que visitan la urbe y desean conocer acerca de ella de una manera distinta, relajada en el cual no se sientan atrapados por tener que cumplir un itinerario.

Metodología. -

Para el presente proyecto se trabajará con métodos cuantitativos, cualitativos y de análisis. Para alcanzar los objetivos se realizará, en primera instancia, un estudio de

mercado mediante entrevistas de profundidad y pruebas piloto para determinar perfiles de visitante, análisis de oferta y validación de la ruta propuesta. Adicionalmente se efectuará levantamiento de información sobre los atractivos turísticos con que cuenta el centro turístico de Guayaquil. Finalmente, con los resultados de la investigación, tanto bibliográfica como de campo, se procederá al diseño de la ruta de Free Walking Tours mediante el uso de programas informáticos.

Objetivo General. -

Diseñar una ruta para la operación de Free Walking Tours en el centro turístico de Guayaquil, con el fin de que se diversifique la oferta de servicios de la ciudad.

Objetivos Específicos. -

- 1) Realizar un estudio de mercado para la determinación el perfil del turista y la satisfacción del mismo, a través de entrevistas y recorridos piloto.
- 2) Levantar información sobre los atractivos turísticos alrededor del centro de Guayaquil, a través de investigación bibliográfica y observación de campo.
- 3) Elaborar la propuesta final que integrará la ruta turística para Free Walking Tours.

Detalle de las partes del proyecto. -

En el primer capítulo se detallarán los conceptos básicos que serán utilizados dentro del proyecto, al igual que ciertos estudios de casos sobre las ciudades en donde han tenido éxito en la implementación y ejecución de los “Free Walking Tours”. En cuanto al segundo capítulo se llevarán a cabo estudios de mercado a través de pruebas pilotos en una ruta improvisada, y también con entrevistas de profundidad, para medir la satisfacción de los turistas en cuanto al recorrido o “tour gratuito” que se les ha brindado. El tercer capítulo tratará sobre el levantamiento de información de los atractivos que se encuentran dentro de la zona de estudio y qué métodos se utilizaron para obtener dicha información. Y, por último, en el capítulo final se expondrá cuál será la ruta definitiva que tendrá el proyecto para la ejecución de los Free Walking Tours en la ciudad de Guayaquil, así como las conclusiones y recomendaciones al respecto.

CAPÍTULO 1

1. REVISIÓN DE LITERATURA

1.1 Conceptos básicos

En el presente capítulo se procederá a definir los conceptos más relevantes para la realización del proyecto, los mismos que tienen relación con la propuesta planteada. Dentro de dicha revisión se analizarán los términos de: ruta turística, guía de turismo y free tours, y otros conceptos adicionales, detallando en qué consisten y cómo operan cada uno de ellos.

1.1.1 Ruta turística. -

La ruta turística tiene por función la promoción de un área, de una región o de una temática con potencialidad turística. Entre sus principales características se encuentran: la facilitación de encuentro entre el visitante y el medio y la sensación de libertad que tiene el turista para moverse en determinado destino. (Chan, 2005, p. 18).

Caminos que se emplazan en zonas de gran valor paisajístico o ambiental. En estas vías se consideran parámetros de diseño diferentes a los habituales, en aspectos como velocidad, radios de curvatura, señalética, incorporando miradores y zonas de estacionamiento seguros para los usuarios (RIOS & RUBILAR, 2006) (Rios & Rubilar, 2006, p. 2).

Se conoce como ruta turística al camino o recorrido que se destaca por sus atractivos para el desarrollo del turismo. Estas rutas pueden sobresalir por sus características naturales o por permitir el acceso a un patrimonio cultural o histórico de importancia. (Pérez & Merino, 2014, párr. 2-3).

En conclusión, se puede definir como ruta turística a aquella vía o camino que sobresale por los atractivos turísticos con los que cuenta y durante el cual es posible admirar varios tipos ya sean estos de tipo cultural, natural, religioso, etc. y en el que también exista la posibilidad de realizar actividades de ocio y esparcimiento.

1.1.2 Guía turístico. -

Un guía turístico o guía de turismo es aquel individuo que se dedica a orientar a un grupo de personas en un entorno de turismo, mostrándole aquellos lugares más destacados del espacio que están visitando. Es un sujeto que trabaja como acompañante de los turistas y que está capacitado para informar a los viajeros sobre los hechos más relevantes de una ciudad, un museo, un edificio histórico o cualquier otro atractivo. También puede responder preguntas de los turistas y brindar asistencia general a éstos (Pérez & Gardey, 2012, párr. 2).

Es llamado también guía turístico, es una persona preparada en el área de turismo que tiene como tarea principal, recibir, atender y acompañar a los turistas, ya sean nacionales como internacionales en sus paseos, ahora bien, en el transcurso del viaje el guía turístico deberá de proporcionarle información de la cultura del país, de la historia, de la economía, de arte, de los lugares que ellos visiten, etc. (ARQHYS, 2012, párr. 1).

En conclusión, el guía de turismo es la persona encargada de orientar y acompañar a los turistas durante su recorrido, brindando también todo tipo de información sobre el sitio o destino que se está visitando.

1.1.3 Free Walking Tour

Es un modelo innovador basado en propinas que pone todo el poder en manos del viajero. Estos tours gratis permiten al visitante apoyar y recompensar únicamente los tours de máxima calidad, lo que significa básicamente que los tours de baja calidad no sobreviven y, además pueden asegurarse de que los tours se ajustan a sus expectativas, como también a sus presupuestos (SANDEMANs NEW EUROPE, 2010).

El Free Tour es un tour gratuito que nos lleva a conocer los principales puntos de una ciudad, durante dos horas y media aproximadamente, mientras el guía de turno relata historias de cada uno de los lugares que observamos. Puede ser un complemento divertido y entretenido a nuestras vacaciones, ya que nos da unas pinceladas para saber cuáles son las opciones que tenemos para elegir después (Inglicia, 2015, párr. 2).

Los Free Walking Tours consisten en un recorrido a pie por los sitios de mayor atracción turística de una ciudad, dentro del cual, el encargado de presentar y conducir el recorrido se desenvuelve como un acompañante más que como un guía turístico tradicional. La principal característica de este nuevo tipo de turismo se basa en realizar un acompañamiento o guianza en ciertas partes de la ciudad, en el cual el guía va brindando información y explicando detalles interesantes sobre el destino urbano. Una vez finalizado el recorrido, los turistas le entregan al guía propinas según el valor que le den al trabajo que se realizó durante el recorrido.

1.1.4 Municipios turísticos. -

Los municipios turísticos se caracterizan por recibir una gran cantidad de visitantes y cuyos ingresos económicos están relacionados prioritariamente con las actividades turísticas. De acuerdo con Acerenza (2008), según el tipo de turismo que reciben y las principales actividades que se realizan dentro del destino se pueden definir dos tipos de municipios turísticos: municipios de atracción turística y municipios de destino vacacional.

Lo único que la diferencia de una ciudad tradicional es que han agregado, por ejemplo, una oficina o una dirección con algunos empleados, que tiene escaso poder y funciones difusas, y cuya acción a favor del desarrollo del turismo y que la preocupación de las autoridades está orientada a resolver los problemas domésticos. (Granados, 2000, "El municipio como unidad productiva", párr. 2).

La primera definición recibe un gran flujo de turismo itinerante que permanece poco tiempo en el destino y desde el cual se movilizan hacia otros destinos de mayor permanencia, el consumo de este tipo de turistas es esencialmente turístico (Acerenza, 2008).

En concordancia con estas definiciones la ciudad de Guayaquil se definiría como un municipio turístico de atracción, o conocidos también como centros turísticos de distribución, desde el cual los turistas se movilizan hacia otros destinos de mayor permanencia por parte de los turistas. Guayaquil recibe anualmente un gran número de visitantes, cantidad que crece año a año. En el año 2016 se superó los dos millones de visitantes anuales, gracias a la realización de más de 600 congresos, ferias y eventos; además de la llegada de 15 mil turistas en cuatro temporadas de cruceros (El Universo, 2017). Esta información ratifica que la demanda de turistas que Guayaquil percibe es óptima para pensar en ampliar y diversificar la oferta de

servicios que la ciudad posee en miras de promoverla como una potencia turística en la región.

1.1.5 Centros turísticos

Los sitios dentro de cada ciudad donde se concentran los atractivos y actividades de índole turística reciben diferentes denominaciones, ya que no existe una conceptualización acerca del tema.

Una definición con la que suele nombrar a estas zonas es como Centro turísticos, “son localidades urbanas que dentro de su radio de influencia geográfico cuentan con atractivos turísticos, infraestructura y facilidades que permiten la llegada y estadía de visitantes” (Entorno turístico, 2017, párr. 1).

En tanto que Acerenza (2008) afirma que “El centro turístico es el sitio al cual converge un gran número de visitantes, y donde tiene lugar una intensa actividad turística. Un municipio turístico puede contar en su territorio con uno o varios centros turísticos”.

Los sitios dentro de cada ciudad donde se concentran los visitantes y las actividades de índole turística reciben distintas denominaciones. Dentro del presente proyecto se manejará el término de CENTRO TURÍSTICO. La ciudad de Guayaquil, siguiendo estas conceptualizaciones, contaría actualmente con dos centros turísticos localizados en el centro de la ciudad, ambos desarrollados alrededor del Malecón Simón Bolívar y Malecón del Estero Salado respectivamente.

1.1.6 Economía colaborativa

Según Romero (2014), los actuales modelos económicos han planteado un sistema socioeconómico basado en el lucro de la propiedad privada. Este sistema socioeconómico deriva en un sinnúmero de problema sociales y ambientales que, se han mostrado, como una crisis de la sociedad mundial en las últimas dos décadas.

Ante esta problemática ha surgido el primer paradigma desde la aparición del capitalismo: la economía colaborativa.

La economía colaborativa plantea un sistema socio-económico en torno a la puesta en común de los recursos físicos y humanos. Incluye la creación, producción, distribución, comercio y consumo compartido de bienes y servicios por parte de diferentes personas y organizaciones.

Este modelo se adapta a las compañías que comprenden y explotan con habilidad las prestaciones móviles y de geo localización, los nuevos usos de Internet y las redes sociales, las nuevas formas de actuar de los consumidores y los beneficios que ofrecen las plataformas para compartir (Montero, 2014, p. 2).

1.1.8 Freemium

Otra nueva tendencia, desde el punto de vista económico que está incursionando con gran fuerza como un modelo negocio alternativa a las ya obsoletas prácticas comerciales del siglo pasado es el modelo de negocios FREEMIUM.

El modelo de negocio freemium consiste en ofrecer servicios básicos gratuitos (free) con opción a disfrutar de servicios complementarios, sin limitaciones, o de un nivel superior mediante una suscripción de pago (premium). De ahí, se podría decir que el modelo freemium es una mezcla entre los free (gratuito) y lo premium (de pago); de ahí, su nombre (León, 2015, párr. 2).

Según Günzel-Jensen & Holm (2015) “Un modelo de negocios freemium también puede servir como un modelo de negocio naciente, aunque sin un componente de monetización sostenible, para encontrar un modelo de negocio sostenible a través de una serie de ajustes dinámicos”.

Los modelos de negocio Freemium se emplean en muchas ocasiones dentro de las etapas iniciales de una empresa para probar un nuevo producto o servicio, o el nivel de acogida que, la naciente empresa tendrá en el mercado. Se efectúan estos modelos de negocio Freemium a manera de prueba y error, o dentro de la etapa de exploración de una empresa reciente. Günzel-Jensen & Holm (2015) sostienen que el modelo de negocio Freemium nos otorga la posibilidad de contar con clientes libres, a quienes ellos consideran de una gran importancia para el desarrollo de este nuevo modelo de negocio.

Los usuarios libres son importantes para la construcción de redes, la exploración y la explotación y el crecimiento a lo largo del tiempo. Además, los usuarios libres permiten la adquisición directa e indirecta de recursos adicionales (Günzel-Jensen & Holm, 2015, pp. 77-102)

1.2 CASOS DE ESTUDIO

1.2.1 Aparición y desarrollo del fenómeno “Free Walking Tours”

Los estudios de caso que se han tomado para el proyecto fueron escogidos debido a su similitud con el tema tratado “Free Walking Tours” y por el éxito que han tenido al implementar y ejecutar esta nueva modalidad de turismo urbano. Dichos estudios se basan en tesis de grado o de fin de curso de diferentes universidades donde se investiga y analiza sobre el asunto en cuestión; el primer estudio en el que se enfoca el proyecto es el “Análisis del fenómeno Free Tour en el sector turístico” realizado por estudiantes de la Universidad de Zaragoza, en España.

El segundo estudio tomado “Walk up Santiago: Free Walking Tours” se basa en realizar un plan de negocios por medio de esta nueva modalidad de turismo para los estudiantes de la Universidad de Chile, así como también para los estudiantes extranjeros o de intercambio, que estén interesados en participar en los tours.

1.2.2 Análisis del fenómeno free tour en el sector turístico

Este estudio se centra en llevar a cabo el análisis del fenómeno que ha surgido en el sector turístico y que actualmente se ha vuelto un factor importante en cuanto a las preferencias de los turistas para visitar y conocer una ciudad o urbanización. Dicho fenómeno es conocido como “Free Tours”, “Free Walking Tours” o traducido al español como “Tours Gratuitos”. El vasto interés que genera esta nueva modalidad de turismo y a la que muchas ciudades y centros urbanos se están adaptando es debido a la acogida que tiene por parte de los visitantes de realizar este tipo de recorrido, ya sea por la flexibilidad y comodidad que les otorga a los participantes, así como también por su facilidad de pago basándose en propinas.

Uno de los puntos importantes durante este análisis es la conceptualización y diferenciación entre las dos modalidades de guianza tomadas para el estudio, estas son: **visitas guiadas** y **free tours**. En este punto se busca aclarar en qué consiste cada una, cuáles son sus características, cuáles son las leyes que las respaldan, y su importancia en el sector económico. Asimismo, se hace referencia a los diferentes tipos de guías que ejercen su actividad en una visita guiada, estos guías se los conoce como: guía fijo o de sitio, guía local, guía de ruta o de tour, guía de traslado y guía coordinador; cabe recalcar que para ser nombrado guía se debe pasar por ciertos procesos que lo acrediten como tal.

En cambio, a las personas o guías que ejercen el Free Walking Tour se los considera “Guías No Oficiales” o “Guías Piratas” por no tener certificados que los identifique como tales. Esto se lo conocía como **Intrusismo**, que se refiere a toda aquella persona que sin la habilitación pertinente y por tanto fuera de la ley, ejerce la actividad de guía turístico. (Guías Granada, 2009)

Este término pierde su validez cuando la ley de la Directiva Bolkestein entra en vigor en la Unión Europea en el 2009, donde indica que ya no es ilegal ejercer la actividad de guía turístico sin los documentos correspondientes, siempre y cuando no se realice en lugares de interés cultural.

En este estudio se concluye que una de las razones que más influye en el turista a la hora de elegir los “Free Tours” o las “Visitas Guiadas” es el factor precio, además de la cercanía que tienen los guías, su carácter más carismático y su dinamismo al realizar los recorridos; por otra parte, también se debe a la variedad de tours que les ofrecen, en donde se pueden conocer rincones de la ciudad de una manera más local.

1.2.3 Walk Up Santiago: Free Walking Tours

Walk Up Santiago se enfoca en realizar un proyecto donde se lleve a cabo los **Free Walking Tours** en la ciudad de Santiago, dirigidas principalmente para estudiantes de la Universidad de Chile. Dicho proyecto tiene como finalidad realizar un plan de negocios sin fines de lucro que se pueda auto sustentar con el tiempo y que sirva para impulsar la integración de los estudiantes chilenos y de intercambio.

Empleando el plan de negocios se determinó cuál sería su mercado objetivo al cual van dirigidos los tours, en este caso a los estudiantes chilenos tanto hombres como mujeres entre los 19 a 23 años, y los de intercambio de la Universidad de Chile, también hombres y mujeres entre los 18 y 25 años, especialmente europeos ya que son los estudiantes que tienen planeado quedarse más tiempo en Chile. Así mismo se hallaron cuáles son sus principales competidores, se encontraron 3: **Spicy Chile**, **Free Tours Santiago** y **Tour for Tips** quienes operan bajo la misma modalidad de recorridos basado en propinas y ofrecen diferentes recorridos y opciones para los turistas.

Otro punto fundamental en el proyecto fue el ver su viabilidad, para esto se realizaron varias investigaciones que consistían en entrevistas, encuestas y una prueba piloto en la que se obtuvo información valiosa para fijar mejor los servicios que ofrecerá Walk Up Santiago y así poder adaptarlos a las necesidades que requieran los futuros clientes. A través de estos métodos se pudo definir los puntos claves para la operación del plan de negocios, como la duración óptima para los tours, los recorridos con mayor acogida, y en especial el interés de los estudiantes en participar en el programa, ya sea como clientes o guías. Al mismo tiempo, uno de

los componentes más relevantes para los participantes de los tours es la calidad del guía, por eso se estableció un perfil acorde con las características y habilidades que debe poseer un guía al momento de realizar los recorridos.

Finalmente, para concluir en el proyecto, se recomienda llevarlo a cabo ya que existe una enorme demanda por parte de los estudiantes en participar en estos recorridos ya sea como espectadores o como guías, y debido a esto se deduce que existirá una demanda creciente en el tiempo que ayudará a ser sustentable el plan de negocios.

1.3 METODOLOGÍA

1.3.1 Estudio de mercado

En una primera instancia se realizó un estudio de mercado, el cual a su vez constó de varios procesos de recaudación y análisis de información.

Primero se realizaron entrevistas con propietarios de hostales de servicios limitados, las mismas que fueron de tipo personal donde se recaudó información que sustente que el mercado al cual apunta la propuesta del presente proyecto existe en la ciudad de Guayaquil. Los hostales fueron escogidos tras evidenciar que son alojamientos idóneos para el segmento de mercado que es el presente objeto de estudio, de entre muchos hostales que entran en esta descripción solo tres establecimientos mostraron su apertura para la realización de las entrevistas: Hostal Nucapacha, Tomo Hotel y Manso Hostal Boutique.

Se efectuaron, de igual manera, entrevistas de profundidad a turistas que habían efectuado un recorrido de Free Walking Tours en la ciudad, para posteriormente formular el perfil del turista y analizar la satisfacción del cliente con esta nueva modalidad turística. Los criterios de selección y la formulación de la entrevista se describen en el capítulo y subcapítulo correspondiente.

El análisis de la información recaudada se ejecutó mediante gráficos explicativos (diagramas pastel) detallando a profundidad toda la información dado por los entrevistados

1.3.2 Inventario de atractivos

Se realizó un levantamiento de información sobre los atractivos y servicios turísticos existentes en el centro turístico de la ciudad de Guayaquil mediante investigación bibliográfica y de campo; y se revisó documentación de fuentes oficiales para así determinar cuáles serían los atractivos más relevantes que destacar en nuestro inventario. Se revisó el sitio web oficial de la Empresa Municipal de Turismo y, se escogió de entre los atractivos allí descritos, los que se localizan dentro del centro turístico donde se proyecta implementar la ruta propuesta en este proyecto.

Adicionalmente se efectuaron salidas de campo para verificación y comprobación mediante observación directa de todos los potenciales atractivos que se puedan incluir en el diseño de la ruta, y para la obtención de fotografías actualizadas de cada atractivo.

Finalmente se ejecutó una prueba piloto con cinco turistas del Hostal Nucapacha para la validación de la ruta y de los atractivos propuestos dentro de la misma con la finalidad de redefinir la ruta previa al diseño de la ruta finalmente escogida.

1.3.3 Diseño de la ruta

Para el diseño de la ruta final se tomó como referencia mapas descargados desde la aplicación web “Google Maps”, los cuales mediante el uso de herramientas para diseño de mapas del programa informático “Microsoft Office Power Point” se fueron modificando hasta obtener el mapa final donde se muestra la ruta propuesta.

Para determinar la ruta final del presente proyecto se remitió al análisis de la información obtenida en los diferentes capítulos, a las opiniones de los propietarios de hostales, usuarios de Free Walking Tours y los participantes de la prueba piloto.

CAPÍTULO 2

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Validación de la hipótesis de problema

Para fundamentar que los Free Walking Tour se pueden implementar exitosamente en la ciudad de Guayaquil fue necesario realizar un estudio de mercado. El presente estudio de mercado tuvo varias etapas, en primera instancia se efectuaron entrevistas con dueños de hostales de tipo turista para validar la hipótesis que se plantea en la definición del problema.

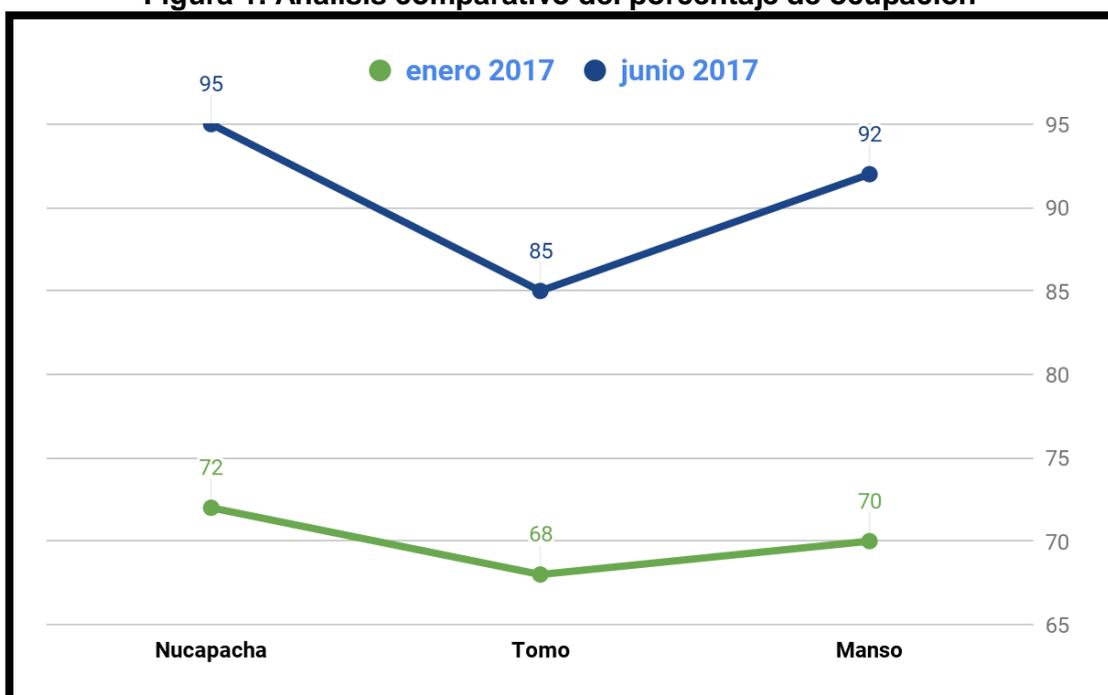
2.1.1 Entrevistas con propietarios de hostales

Se efectuaron entrevistas a propietarios de hostales localizados en el centro y norte de la ciudad. Dichas entrevistas fueron realizadas entre el lunes 17 y domingo 30 de Julio del 2017. Se escogió establecimientos que ofrecen hospedaje de características propias del segmento de mercado que es nuestro objeto de estudio, tales como acomodación múltiple, baños compartidos, servicios limitados, etc. Estos establecimientos fueron: Hostal Nucapacha, Tomo Hotel y Manso Hostal Boutique, los mismos quienes dieron la apertura para la realización del presente estudio.

El objetivo de estas entrevistas era evidenciar, a través de la opinión y estadística de los propietarios entrevistados, que el segmento de mercado que se describe en la definición del problema existe realmente, que es un mercado creciente y que representa una gran oportunidad para cualquier emprendimiento privado que desee crear opciones para el mismo.

De acuerdo con las respuestas obtenidas afirmamos que este segmento de mercado ha tenido un incremento del 21% en el último semestre (enero-junio) del 2017. Para enero del 2017 el porcentaje de ocupación en promedio fue de un 70%, el mismo que para junio y julio de 2017 subió hasta un 90.67%. Los propietarios supieron manifestar que un 90% de sus huéspedes permanecían solo un día en la ciudad en la mayoría de los casos porque desconocían de actividades para realizar en la ciudad.

Figura 1. Análisis comparativo del porcentaje de ocupación



Fuente: Elaboración propia

2.2 Entrevistas a turistas

En la segunda etapa, se analizó el perfil del turista/visitante, grado de satisfacción y validación de la ruta propuesta. Todo esto a través de entrevistas de profundidad a cada uno de los turistas con la finalidad de obtener información concreta sobre su experiencia una vez realizado un Free Walking Tour en la ciudad de Guayaquil. Los criterios de selección para determinar a quiénes entrevistar fueron los siguientes: turistas/viajeros provenientes de Norteamérica y Europa; y que hayan efectuado el recorrido de Free Walking Tour en la ciudad de Guayaquil.

ENTREVISTA DE PROFUNDIDAD

Sección 1. Información previa al recorrido

- ¿Cuál es la principal motivación de su viaje?
- ¿Cuáles son sus expectativas con respecto a Guayaquil/Ecuador?
- ¿Por qué escogió Ecuador como destino para visitar dentro de su viaje?
- ¿Ha realizado Free Walking Tour anteriormente? ¿dónde y, cuál fue su experiencia allá?

Sección 2. Información post-recorrido

- a. ¿Cuál fue su experiencia en el FWT que realizó en la ciudad de Guayaquil?
- b. ¿Cree que el FWT que realizó le añadió un valor extra a su visita a la ciudad de Guayaquil?
- c. ¿Recomendaría un FWT en la ciudad de Guayaquil? ¿Por qué?

Las entrevistas se realizaron de 01 al 15 de Julio del 2017, a 20 turistas que cumplen los criterios de selección que se determinaron con anterioridad.

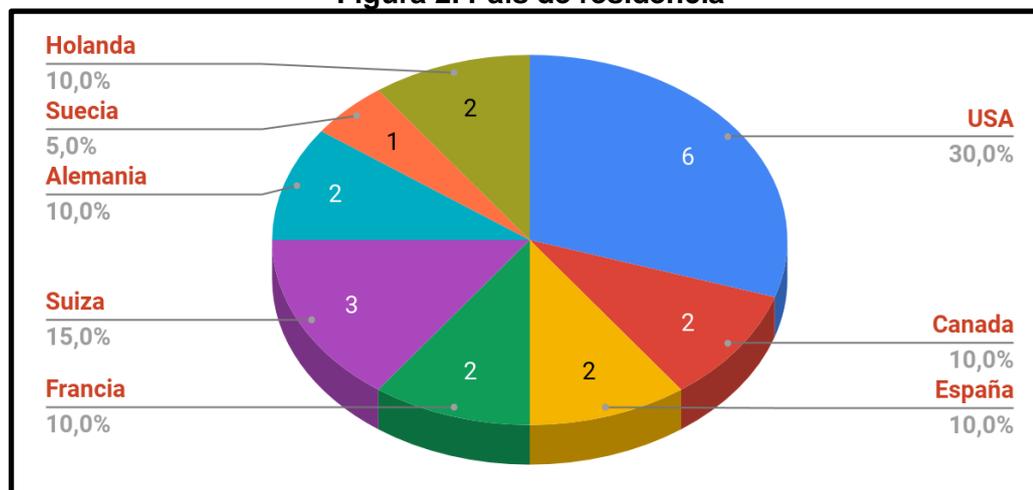
Tabla 1. Datos de los entrevistados

	Nombre	País de residencia		Nombre	País de residencia
1	Selina	Suiza	11	Antoine	Alemania
2	Andrew	Holanda	12	Bred	USA
3	Helen	Holanda	13	Anthony	USA
4	Imanol	España	14	David	Francia
5	Evelyna	Suecia	15	Hannah	Alemania
6	Kuin	España	16	Courtney	USA
7	Benji	USA	17	Mite	USA
8	Tia	USA	18	Shumbam	Francia
9	Benjamin	Suiza	19	Vincent	Canadá
10	Jessica	Suiza	20	Sarah	Canadá

Fuente: Elaboración propia

2.2.1 Perfil del turista

Figura 2. País de residencia



Fuente: Elaboración propia

El 40% fueron provenientes de Norteamérica y el 60% de 6 diferentes nacionalidades europeas. Esto demuestra que el mercado europeo ocupa en el primer lugar en este segmento de mercado, posiciones que se invierten en el mercado de turismo de negocios.

Pregunta 1a. ¿Cuál es la principal motivación de su viaje?

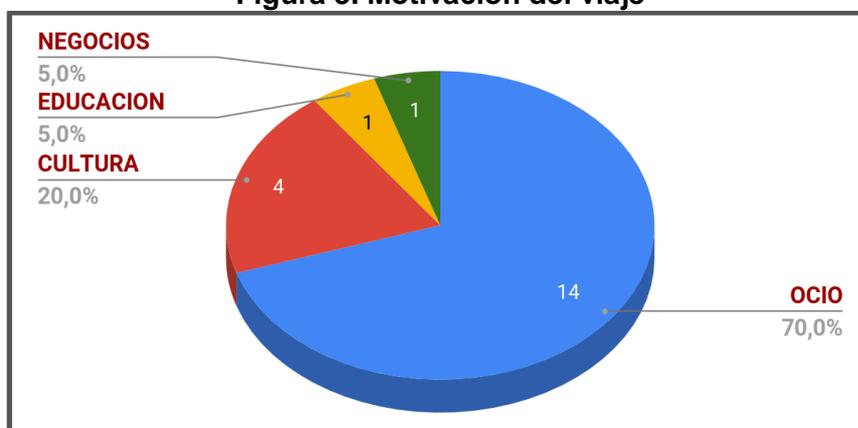
El 70% de los entrevistados manifestaron que la motivación principal de su viaje era para actividades de ocio y vacaciones, quienes buscan opciones de bajo presupuesto para poder realizar la mayor cantidad de actividades posibles que su limitado presupuesto les permita.

Otro 20% viaja por motivos culturales. Su principal motivación es conocer la cultura, costumbres y tradiciones que el destino que están visitando. Para este grupo de personas un Free Walking Tour es la mejor opción para conocer las grandes ciudades y aprender de la cultura de cada una de ellas, haciéndolo de la mano de un residente de la misma.

Un 5% de los entrevistados manifestó que su viaje era por motivos educacionales (para aprender el idioma, principalmente) por aquello prefieren alguien que pueda

enseñarles un poco de la jerga popular de la ciudad donde se encuentran. El mismo porcentaje, 5%, viaja por negocios. Es válido puntualizar que aún dentro de este segmento de mercados existen personas que también viajan por motivos de negocios.

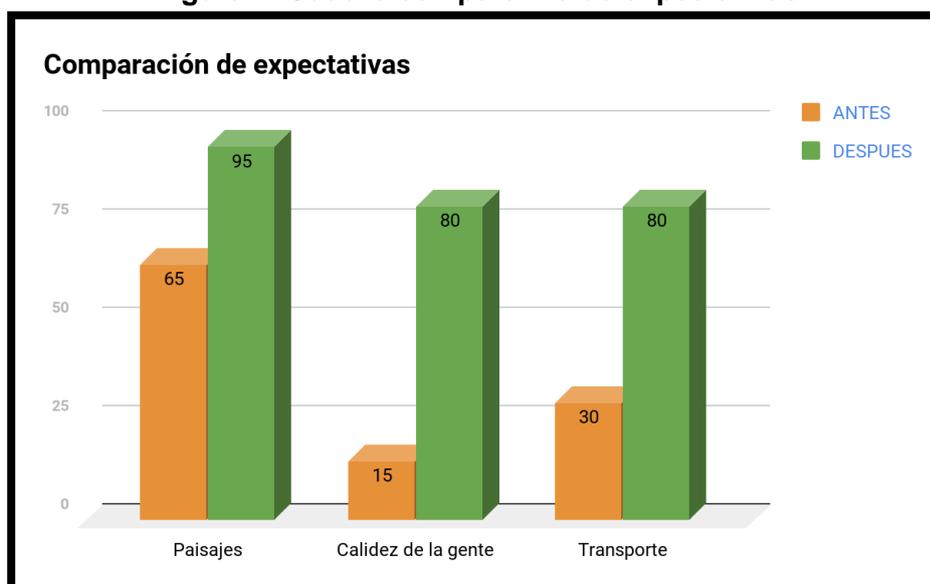
Figura 3. Motivación del viaje



Fuente: Elaboración propia

Pregunta 1b. ¿Cuáles son sus expectativas con respecto a Guayaquil/Ecuador?

Figura 4. Cuadro comparativo de expectativas



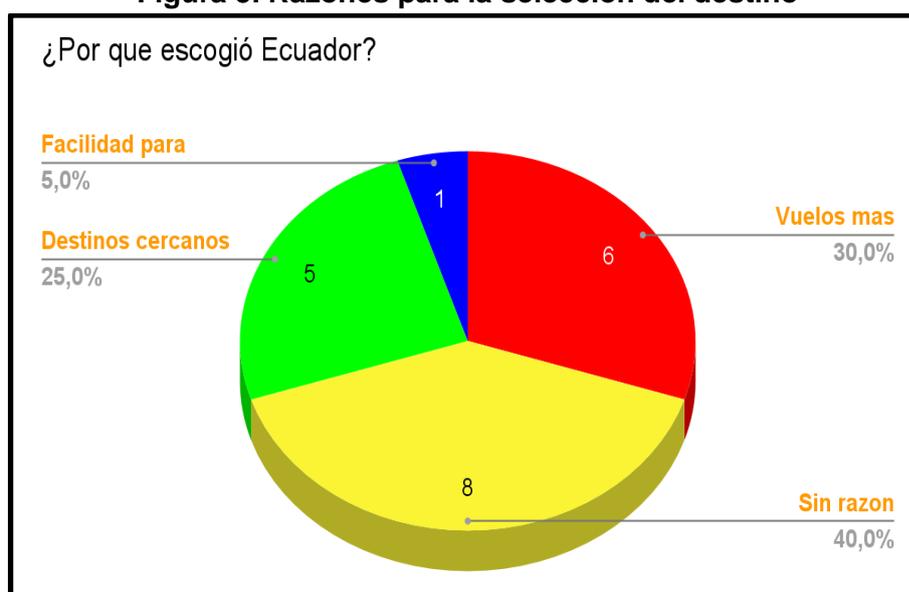
Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los entrevistados, un 80%, no tienen mayores expectativas sobre Ecuador porque desconocen del destino, apenas dos entrevistados dijeron conocer acerca de Ecuador previo a la realización de su viaje. Todos concuerdan en que el tipo de turismo que esperan encontrar en Ecuador es del tipo cultural y de naturaleza. Al carecer de grandes expectativas previo su visita al país, todos manifiestan que Ecuador y, Guayaquil en particular, superaron ampliamente sus expectativas.

Para analizar las expectativas de los visitantes se realizó un cuadro comparativo contrastando lo que esperan recibir de Ecuador versus lo que fue su experiencia en el país. Las variantes usadas para determinar dicho análisis fueron: apreciación del paisaje natural y urbano, calidez de la gente y el transporte (facilidad, seguridad, calidad del servicio). La variante más destacada que comentaron fue la calidez de la gente, aspecto del que ellos menos expectativas positivas tenían.

Pregunta 1c. ¿Por qué escogió Ecuador como destino para visitar dentro de su viaje?

Figura 5. Razones para la selección del destino



Fuente: Elaboración propia

Cuando se les consultó acerca del porqué escogen Ecuador como destino turístico, el 30% indicó que Ecuador era el punto de partido para su viaje por Sudamérica porque los vuelos desde su país de residencia son más baratos hacia Ecuador, en comparación con otros destinos cercanos como Bogotá, Lima, etc. El 40% opinó que no tienen un motivo en específico para haber escogido a Ecuador. Sus respuestas se limitaban a indicar que su viaje era por Sudamérica y que Ecuador estaba allí en el camino así que, porque no visitarlo. Otro 25% manifestó que escogía Ecuador por ser un país pequeño donde podrían tener la oportunidad de visitar varios lugares sin gastar mucho tiempo ni dinero por el transporte. Apenas un entrevistado, quien viajaba para aprender el idioma, indicó que a su parecer y por la opinión de otros viajeros Ecuador posee un español más puro, por lo que aprender aquí el idioma resultaría mejor que en otros países donde poseen un acento muy marcado del idioma.

Asimismo, además de las opciones antes detalladas, 6 entrevistados manifestaron que tenían un viaje a Galápagos, por lo tanto, visitar Ecuador continental era un adicional a su excursión hacia Galápagos. Otros 6 entrevistados indicaron que otra razón para visitar Ecuador era que tenían amigos y/o familiares en Ecuador o en destinos cercanos.

Pregunta 1d. ¿Ha realizado Free Walking Tour anteriormente? ¿Dónde y, cuál fue su experiencia allá?

De los entrevistados solo 3 manifestaron haber realizado Free Walking Tour anteriormente. A continuación, se describe con detalle la experiencia que cada uno de ellos tuvo al realizar Free Walking Tours en las ciudades de Madrid, New York y Berlín.

BERLIN. - Hannah, proveniente de Múnich, Alemania, tuvo la oportunidad de realizar un Free Walking Tour en Berlín, la primera ciudad del mundo donde se implementaron los FWT. Para ella, el recorrido le pareció muy interesante, sobre todo porque quienes lo realizaban allá eran extranjeros que llevaban viviendo ya

algún tiempo en la ciudad por lo que podían dar una visión compartida entre ser residente y visitante. Los guías estaban muy bien capacitados, con amplios conocimientos sobre la cultura, sitios de interés y atractivos de la ciudad. Otro aspecto importante que ella consideró de gran importancia de su experiencia era que los guías de Free Tour eran muchos más carismáticos que lo que suelen ser los guías tradicionales y, para ella, ese es un factor trascendental para que los FWT se vuelvan atractivos para los visitantes.

MADRID. - Para Kuin, proveniente de Cataluña, España, su experiencia con los FWT es muy diferente. En España existe un gran conflicto legal entre los guías tradicionales y los guías de Free Tour por la implementación de esta nueva modalidad de operación turística. El decidió experimentar uno de estos recorridos para poder comparar con los guías tradicionales, y en su opinión: “los FWT me parecieron mucho más atractivos e interesantes que la mayoría de tours tradicionales en los que he estado”. También le pareció peculiar que, al menos el Free Tour en el que él estuvo no se ingresaba a los sitios de interés cultural (iglesias, museos, etc.) dejando estos sitios para los tours oficiales, siendo un gesto muy ético y que ayuda a reducir el conflicto entre los dos grupos.

NEW YORK. - Por último, para Benji, de Seattle, USA, quien realizó un FWT en la ciudad de New York, esta fue una actividad totalmente nueva y diferente a lo habitual. “Nunca había escuchado de esto antes (FWT), lo hice en NY y saber que acá (en Guayaquil) lo ofrecían me pareció súper interesante, tenía que hacerlo”. Para ella es algo muy innovador, una herramienta ideal para efectuar turismo urbano donde el transporte suele ser un gran problema. Para ella los FWT son ideales para las grandes metrópolis, recorrer a pie el centro urbano/turístico de una gran ciudad y en compañía de un local que te indique sobre todo lo que se puede conocer y hacer en la ciudad es algo por lo que vale la pena pagar. Para ella no hay nada de malo con los FWT, porque es solo un acompañamiento, no se incluye transporte, ni comida, ni nada más allá de la interpretación de los atractivos e indicaciones sobre los sitios de interés; y eso, se compensa con el hecho de que está basado en propinas.

2.2.2 Satisfacción del cliente

Pregunta 2a. ¿Cuál fue su experiencia en el FWT que realizó en la ciudad de Guayaquil?

Entre los aspectos que más les agradaron están la arquitectura urbana con que cuenta la ciudad, la amabilidad de los locales, y, en gran medida la gastronomía local. Todas estas variables en conjunto con la interpretación dada por parte del guía a manera de una amena conversación entre amigos en lugar de un guion preestablecido, como suele ser el caso de un city tour tradicional, dan como resultado un tour relajante y entretenido para los turistas.

Pregunta 2b. ¿Cree que el FWT que realizó le añadió un valor extra a su visita a la ciudad de Guayaquil?

Definitivamente. El 100% de los entrevistados concordaron en que haber realizado este recorrido le dio un valor agregado a su visita a Guayaquil, y en el 70% de los casos indicaron que el recorrido fue de gran influencia en su decisión de extender su estadía en la ciudad.

Tres personas indicaron que después de haber efectuado este recorrido les hubiera gustado planear más días de visita en la ciudad, mientras que otros cuatro turistas expresaron su deseo y necesidad de tener que volver a Ecuador para poder disfrutarlo por un mayor periodo de tiempo. Un 90% de los entrevistados indicó que no tenían planeado recorrer la ciudad, con excepción de paseos cortos por los alrededores del hostel donde se alojaban, pero al enterarse del recorrido optaron por realizarlo.

Pregunta 2c. ¿Recomendaría un FWT en la ciudad de Guayaquil? ¿Por qué?

Los 20 entrevistados manifestaron que recomendaran un Free Walking Tour para quienes visiten la ciudad de Guayaquil ya que lo consideran una excelente manera de poder conocer la ciudad.

Entre los factores que más incidieron para esta decisión están la espontaneidad del operador a cargo del recorrido, la facilidad de tomar el recorrido desde el hostel donde se hospedan y la seguridad que brinda el hecho de que el recorrido esté avalado por el mismo.

2.2.3 Validación de la ruta propuesta.

Para validar la ruta propuesta se realizó una prueba piloto el martes 8 de agosto con 5 turistas provenientes de Europa. La ruta que se realizó tomó en cuenta los atractivos que se recopilaron en el inventario (descrito en el cap. 3) y se consideró también la opinión de los propietarios de hostales sobre los sitios más frecuentados por los turistas.

La prueba piloto tuvo una duración aproximada de dos horas y media, iniciando en la Parque Seminario de Guayaquil y concluyendo en el Barrio “Las Peñas”, visitando además la Plaza de la Administración y el Malecón Simón Bolívar. Esta sirvió para validar varios aspectos de la ruta propuesta en el presente proyecto, los resultados de dichas valoraciones son presentados a continuación:

- Los turistas quedaron conforme con la ruta planteada, pero para la ruta final se incluirá también la visita de la Plaza San Francisco pasando por la Av. Nueve de Octubre.
- El recorrido podría extenderse hasta tres horas, que es lo habitual en los Free Walking Tours que se realizan en Europa.

2.3 Análisis de la oferta existente

Dentro del estudio de mercado se efectuó también un análisis de la posible oferta existente en la ciudad sobre este fenómeno, y sobre servicios similares al mismo. Así se logró identificar dos prestadores de servicios turísticos que realizan Free Walking Tours en la ciudad de Guayaquil.

Guayaquil Free Tours. - realizan esta actividad desde septiembre 2016. Cuentan con una página en Facebook, una cuenta en Instagram y un sitio web oficial, pero no registran actividad reciente. En los tres portales su actividad se limita al mismo y único periodo de tiempo (agosto-septiembre 2016). Según sus páginas en internet ofrecen recorridos gratuitos por el centro turístico de Guayaquil de lunes a sábado, su punto de encuentro es en la Iglesia San Francisco a las 10:00 am. De acuerdo con su cuenta en Instagram son operados por GH viajes, que es una agencia de viajes que opera en Guayaquil.

Free Tour Gye. - emprendimiento privado que viene realizando Free Walking Tours desde septiembre 2016. Cuentan con una página en Instagram donde suben imágenes con regularidad, pero la cual fue creada recientemente (agosto 2017). Ellos operan de manera diferente a como se realizan normalmente los Free Walking Tours, los turistas que acuden a sus recorridos son captados en los diferentes hostales con los que trabajan. Ofrecen dos rutas actualmente, una que inicia en el Parque Seminario y otra que inicia en el Puerto Santa Ana, ambas ofrecidas todos los días a las 10:30 am. Es operador por jóvenes profesionales en turismo que trabajan de manera independiente.

CAPÍTULO 3

3. ATRACTIVOS Y SERVICIOS

3.1 Inventario

En el presente capítulo se enlista todos aquellos atractivos que tengan una importancia turística, cultural e histórica en la ciudad, que posean datos curiosos e interesantes que se puedan compartir durante el recorrido; y que sean relevantes incluir en la propuesta final del diseño de la ruta turística. Dichos atractivos fueron tomados de la página oficial de la Empresa Municipal de Turismo, los mismos que se localizan en el centro turístico de Guayaquil, comprendido entre las calles Chimborazo al sur, Clemente Ballén al oeste, Aguirre al este, y Pedro Carbo al norte. También se incluyen los atractivos alrededor del Malecón Simón Bolívar, desde el ingreso por la calle Aguirre hasta la zona cultural del MAAC, finalizando en el barrio Las Peñas.

3.1.1 Parque Seminario

Figura 6. Parque Seminario



Fuente: Elaboración propia

Construida en el año 1868 fue nombrada la “*Plaza de la Estrella*” debido a que en el suelo tenía una enorme estrella de ocho puntas. En 1889 se levantó el monumento

a Simón Bolívar y su nombre pasó a ser “*Plaza Bolívar*”. Luego el filántropo Manuel Seminario hizo una importante donación con la cual el parque fue renovado y tomó el apellido de este ilustre ciudadano. Este parque también es llamado *Parque de las Iguanas* debido a la gran cantidad de dichos reptiles que moran y viven allí. Las iguanas son un atractivo muy llamativo para los turistas que visitan la plaza, comentando que ellas le dan una visión prehistórica y natural al parque; éstas pasean con tranquilidad en todo el parque y tienen un comportamiento muy amigable con las personas. Posee además un monumento central que es el de Simón Bolívar montado en un caballo, en el suroeste la escultura de dos jabalíes peleando del escultor francés Chaudesjeaug; y la glorieta octogonal de hierro forjado.

Ubicación: Avenida Chimborazo y calle Clemente Ballén

Figura 7. Iguana verde



Fuente: Elaboración propia

Figura 8. Monumento a Bolívar



Fuente: Elaboración propia

Figura 9. Escultura de Jabalí



Fuente: Elaboración propia

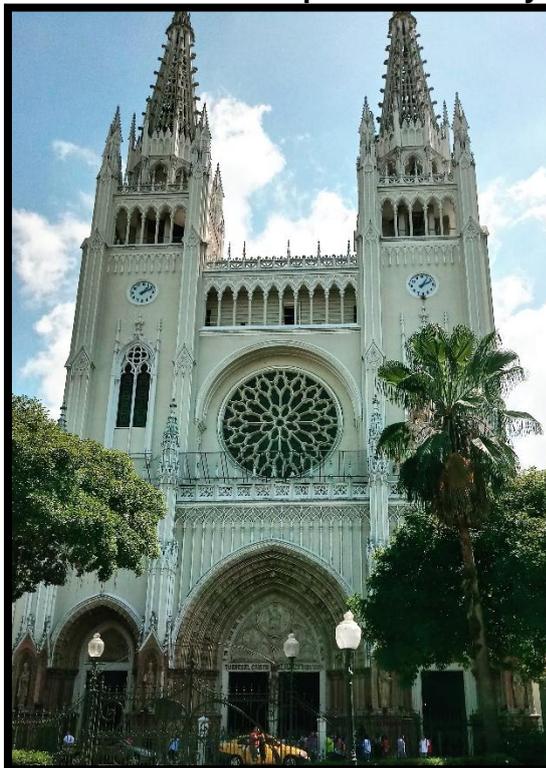
Figura 10. Estuario



Fuente: Elaboración propia

3.1.2 Catedral Metropolitana San Pedro Apóstol

Figura 11. Catedral Metropolitana de Guayaquil



Fuente: Elaboración propia

La Catedral se alza en el sitio donde estuvo antes ubicada la primera matriz de la Ciudad Nueva. Su construcción y diseño se debe gracias a diferentes arquitectos, su estilo neogótico corresponde al arquitecto Paolo Russo, quien dirigió la primera etapa de dicha construcción de 1924 hasta 1934. A partir del año 1941 hasta 1958 la continua construcción estuvo a manos del arquitecto español Juan Orús Madinyá, quien diseñó la fachada y elaboró los trabajos interiores. Su principal atractivo se debe al estilo gótico de su diseño con dos imponentes torres que terminan en agujas neogótico, y en su centro un vitral en forma de rosetón, con vidrios de colores que brindan un efecto sorprendente cuando la luz pasa por ellos.

Ubicación: Avenida Chimborazo y calle 10 de agosto

3.1.3 Plaza San Francisco

Figura 12. Plaza San Francisco



Fuente: Tomada de www.guayaquilesmidestino.com

Esta es una de las plazas más antiguas de la ciudad, que surge en el año 1702 en la época conocida como ciudad nueva, época en la que la Orden de los Franciscanos se trasladaron a dicho lugar y construyeron su iglesia.

La leyenda acerca de esta iglesia relata que en su construcción unas de sus torres estaban por derrumbarse y el gobernador ordenó al Franciscano a cargo de la Diócesis, Fray Simplón, que la demolieran, pero éste no podía por sus bajos recursos y por sus muchas tareas de sacerdote, además de cuidar las palomas que él había traído de la región de Castilla en España. En la celebración de la fiesta de Santiago, el gobernador aprovechó que la gente estaba en la calle y mandó a una cuadrilla derrumbar la torre.

A la mañana siguiente fue a revisar el lugar y se llevó la sorpresa de que la torre seguía en pie; le preguntó a Fray Simplón cómo había sucedido tal maravilla, a lo que el sacerdote le responde: *fueron las palomas que con ramitas y tierra*

reconstruyeron sus paredes de adobe. Desde ese entonces las palomas siempre acompañan a la iglesia y están presentes en la plaza.

Ubicación: Boulevard 9 de octubre y avenida Pedro Carbo

3.1.4 Plaza de la Administración

Figura 13. Plaza de la Administración



Fuente: Tomada de www.guayaquilesmidestino.com

En este lugar se pueden encontrar diferentes edificios patrimoniales, tales como el *Palacio Municipal*, el *Palacio de la Gobernación* y el edificio *Martín Avilés*. También se puede encontrar el homenaje al *Mariscal Antonio José de Sucre* rodeado de las fuentes de la Gloria y la Gracia.

La plaza de igual forma, permite ser testigo de la obra escultórica que representa la *Fragua de Vulcano*, reunión en la que se selló el compromiso por la independencia del 9 de octubre de 1820.

Figura 14. Palacio de la Gobernación



Fuente: Elaboración propia

Figura 15. Fragua de Vulcano



Fuente: Elaboración propia

Figura 16. Mariscal Antonio José de Sucre



Fuente: Elaboración propia

Ubicación: Calle Clemente Ballén y avenida Pichincha

3.1.5 Hemiciclo de la Rotonda

Figura 17. Hemiciclo de la Rotonda



Fuente: Tomado de www.tripadvisor.com

Este monumento se lo inauguró en el año de 1938, elaborado para recordar la célebre “Entrevista de Guayaquil” que fue efectuado por los libertadores Simón Bolívar y José de San Martín el 26 de Julio de 1822. El monumento presenta las esculturas de estos ilustres personajes de pie y estrechando sus manos saludándose, usando sus trajes militares ubicados en el centro de un hemiciclo de diez pilares y diez columnas, en las cuales se izan las banderas de aquellos países de Sudamérica que libertaron. Se encuentra dentro de la Plaza Cívica por lo cual en sus alrededores se pueden encontrar diferentes insignias como *La Torre Morisca (reloj público)*, *el Paseo de los presidentes* y de esculturas peculiares como el *Jabalí*.

Ubicación: Malecón Simón Bolívar y boulevard Nueve de Octubre

3.1.6 Jardines del Malecón

Figura 18. Jardines del Malecón



Fuente: Tomada www.guayaquilesmidestino.com

Estos jardines cuentan con una extensión de 22.000 metros cuadrados de extensión, en las que se puede apreciar más de 350 especies vegetales tanto nativas, como las que han sido introducidas al país. Sumado a eso cuenta también con una laguna artificial en la que se pueden apreciar peces, patos y gansos. Además, posee senderos peatonales de 1.5 kilómetros de longitud, donde se han adaptado árboles, piletas, puentes, rampas, sendas y áreas de contemplación y descanso. Cabe destacar que también cuenta con un sistema de perifoneo que se usa únicamente para exposiciones especiales y que emite sonidos que recrean un ambiente ecológico. Adicionalmente dentro del jardín se puede encontrar el restaurante Victoria's Café.

Ubicación: Malecón Simón Bolívar, a la altura de la calle Imbabura

3.1.7 Rueda Moscovita “LA PERLA”

Figura 19. Rueda Moscovita “La Perla”



Fuente: Elaboración propia

Esta rueda es la primera rueda gigante del Ecuador, con 57 metros de altura se destaca por ser la más alta de Sudamérica. En ella se puede apreciar y disfrutar de una vista panorámica hacia la ciudad durante su recorrido. Se encuentra en el Malecón 2000 a orillas del Río Guayas y cerca del Cerro Santa Ana, uno de los sectores más icónicos de la ciudad. La Perla está abierta al público todos los días de la semana:

Domingo y jueves: 10H00 - 22H00

Viernes y sábados: 10H00 - 24H00

Atención en boletería desde las 09H00

Ubicación: Malecón Simón Bolívar y Loja

3.1.8 Barrio Las Peñas (Patrimonial)

Figura 20. Barrio Las Peñas



Fuente: Elaboración propia

El nombre de este barrio se origina debido a la cantidad de peñascos, pedregones y rocas calcáreas que poseía el sitio, cuando se asentaron los españoles en aquel tiempo por el siglo XVI; este barrio se lo considera como el primero de la ciudad de Guayaquil teniendo un poco más de 400 años de antigüedad. En sus orígenes el sector fue el hogar de pescadores y humildes artesanos, pero en el siglo XX cuando surgió el boom cacaotero, el sector fue ocupado por hacendados ricos, quienes fueron construyendo la mayoría de las casas lujosas que aún se pueden observar hoy en día y se conservan como una reliquia. En dos ocasiones el sector fue destruido por los incendios que asolaron la ciudad, en diferentes épocas. La primera vez fue en 1896 la noche del 5 y la mañana del 6 de octubre de aquel año, y la segunda vez fue el 16 de Julio de 1902; y Guayaquil siempre se levantaba de

aquellas cenizas como el Ave Fénix, gracias al esfuerzo, apoyo y valor de sus ciudadanos.

Ubicación: Numa Pompilio Llona, faldas del Cerro Santa Ana, noroeste de la ciudad

Todos estos atractivos son tomados en cuenta a partir de la prueba piloto que se realizó con algunos turistas, para evaluar los lugares y el tiempo de duración del recorrido, y se encontró que muchos de estos tienen el potencial necesario para estar dentro del diseño de la ruta.

CAPÍTULO 4

4. PROPUESTA FINAL

El centro de Guayaquil cuenta con importantes atractivos, plazas, monumentos, edificaciones y esculturas que son un guiño histórico de la ciudad, con datos interesantes y curiosos que cuentan los sucesos importantes que ocurrieron en las calles de esta urbe, al igual que también relatan el estilo de vida que existía en los tiempos de antaño de la ciudad.

En el presente capítulo se presentará la ruta turística propuesta para la realización de Free Walking Tours en el centro turístico de Guayaquil, así como breves lineamientos para la correcta operación de esta actividad. Además de explicar sobre cada uno de los puntos o paradas escogidas, así como también la importancia y el porqué de su elección.

4.1 Descripción de la ruta

Para el presente proyecto se plantea una forma diferente de operar los Free Walking Tours, ya que los turistas no serán captados en la calle como normalmente sucede en estos recorridos. Más bien se propone, de acuerdo con los resultados obtenidos de los estudios que se han ejecutado, trabajar directamente con los hostales como puntos de inscripción para realizar un tour, ya que esta sería la manera más práctica para poder captar el segmento de mercado al que se apunta en este proyecto.

Se empezará describiendo paso a paso la ruta propiamente dicha, indicando los atractivos que se podrán apreciar en cada parte del recorrido, así como el tiempo de duración, las calles que se deben circular y demás connotaciones pertinentes a la operación del recorrido.

Figura 21. Ruta de Free Walking Tour



Fuente: Elaboración propia

Primera parada: Parque Seminario

Se iniciará en el Parque Seminario, esto debido a varios factores. Es uno de los puntos icónicos y más visitados de la ciudad, además se encuentra al borde del centro turístico que se desarrolla alrededor de Malecón Simón Bolívar.

En este sitio se puede apreciar la Catedral Metropolitana de Guayaquil y describir que estas zonas funcionaron, durante la época colonial, muchos edificios públicos de la ciudad. Dentro del parque se puede apreciar el monumento a Bolívar, la escultura de dos jabalíes, un pequeño estuario donde se reproducen peces y pequeñas tortugas de río, y las iguanas verdes, principal atractivo del parque. En la salida que da a la calle Chile se aprecia también una escultura en honor al poeta guayaquileño Medardo Ángel Silva. Esta parada deberá tener un promedio de visita de 30 minutos.

Saliendo del parque Seminario se toma la calle Chile en dirección a la Av. 9 de octubre, se llega a la altura de la calle José Vélez. En este tramo se puede explicar acerca de la antigua armería (actual edificio de Correos del Ecuador) y relatar

acerca de los ataques piratas que sufrió la ciudad durante la época colonial. Tomando esta intersección (Vélez y Chile) se ingresa por un pequeño pasaje comercial hasta la Plaza San Francisco.

Segunda parada: Plaza San Francisco

Esta plaza fue elegida por su relevancia histórica en la ciudad, se la tomo en consideración dentro de la ruta final para así poder agregar más tiempo al recorrido y llegar a un aproximado de tres horas totales.

Aquí se puede hablar sobre la leyenda acerca de la Iglesia, explicar porque la plaza está destinada para las palomas. Se aprecia aquí también el monumento a Vicente Rocafuerte, primer presidente ecuatoriano del Ecuador. Se avanza hasta la Av. 9 de octubre en donde se explica sobre la arquitectura urbana de la ciudad, se aprecian aquí las matrices de los principales bancos del Ecuador y se puede hablar sobre la historia económica de las últimas décadas del país. Esta parada puede tomar 10 minutos de duración.

Se cruza por la calle Pichincha y se regresa en dirección hasta la calle Clemente Ballén para ir hacia la Plaza de la Administración.

Tercera parada: Plaza de la Administración

Esta es otra de las plazas icónicas de la ciudad llamada así porque aquí se encuentran los edificios de gobierno de Guayaquil. Aquí se emplazan cuatro edificios:

- 1) Está el Palacio Municipal de Guayaquil, de estilo neoclásico republicano, fue terminado en el año 1919 pero se esperó un año para su inauguración en 1920 para hacer coincidir con los cien años de aniversario de la Independencia de Guayaquil. El techado fue diseñado por el arquitecto francés Gustave Eiffel. Al interior del mismo hay un monumento que recuerda la leyenda de la fundación de Guayaquil, el monumento a "Guayas y Quil".

- 2) Se aprecia el Palacio de la Gobernación, hoy convertido en la Universidad de las Artes, para convertir las diferentes artes en profesiones reconocidas a nivel nacional.
- 3) El museo Nahim Isaías, museo privado que cuenta actualmente con la colección más grande de piezas arqueológicas y pictóricas del país. Lleva el nombre de uno de los banqueros más grandes del siglo XX, quien financio muchas investigaciones arqueológicas en el país.
- 4) El último edificio de esta plaza es el actual edificio Martin Avilés, el mismo que fue uno de los primeros hoteles de lujo que funciono en Guayaquil, el Grand Hotel Crillon, abierto en 1929. Actualmente pertenece al Municipio de Guayaquil y está considerado como un edificio patrimonial de la ciudad.

En el centro de esta plaza se ubica el monumento al Mariscal Antonio José de Sucre, soldado venezolano quien era el segundo al mando en las tropas de la independencia del Libertador Simón Bolívar. Se sabe que el aspecto más destacable del mariscal Sucre es que fue el único en las guerras de independencia sudamericanas que nunca perdió un combate. Es considerado como el héroe nacional del Ecuador.

Entre el Palacio Municipal y la Universidad de las Artes se emplaza el monumento de "La Fragua de Vulcano", llamado así por alegoría a un episodio de las leyendas de la antigua Grecia. Este monumento conmemora la asamblea que tuvieron los independentistas guayaquileños para planear la revolución de Guayaquil. Se narra el proceso de Independencia que tuvo Guayaquil.

Visitar toda la zona de la Plaza de la Administración puede tomar unos 20 minutos. Se toma la Av. Malecón Simón Bolívar hasta la calle Aguirre donde se cruza para ingresar al malecón del mismo nombre.

Cuarta parada: Hemiciclo La Rotonda

Al ingresar al malecón llegamos a la zona de la Plaza Cívica, en la parte superior de la misma se erige el “Paseo de los presidentes”, conjunto escultórico de cuatro ex presidentes guayaquileños: Carlos Julio Arosemena (1961-1963), Otto Arosema Gómez (1966-1968), Juan de Dios Martínez Mera (1932-1933) y Alfredo Baquerizo Moreno (1916-1920), que en diferentes periodos del siglo XX ayudaron enormemente al posicionamiento de Guayaquil como la capital económica del Ecuador. Se puede hablar aquí sobre la importancia histórica de la exportación del cacao. Esto debe tomar unos 10 minutos aprox.

Se sigue por el Malecón en dirección norte, hacia el cerro Santa Ana, y llegamos hasta la explanada donde se localiza el Hemiciclo La Rotonda, este monumento creado para conmemorar la célebre “Entrevista de Guayaquil” entre los libertadores Simón Bolívar y José de San Martín que tuvo lugar el 26 de julio de 1822.

Se visualiza desde aquí el edificio “La Previsora” (Av. 9 de octubre y Malecón), inaugurado en junio de 1995 y que fue por 18 años el edificio más alto del país hasta que en enero de 2013 se inauguró la torre “The Point” en el Puerto Santa Ana.

Este punto podrá tener una duración de 15 minutos.

Quinta parada: Jardines del Malecón

Continuando con el recorrido se ve un vagón remodelado del ferrocarril original del tren de Ecuador, donde funciona un punto de venta de “Ferrocarriles del Ecuador”; y una zona de juegos infantiles, áreas de esparcimiento, y restaurantes, de aproximadamente 350 metros de longitud. Este tramo tomara 5 minutos.

La zona contigua es denominada “Jardines del Malecón”, un remanente de la flora tradicional de Guayaquil. Recorrer el sendero explicando la diferente vegetación que se encuentra en el lugar tendrá una duración máxima de 10 minutos.

Sexta parada: Zona cultural del MAAC

En esta área el atractivo más destacable es la rueda turística “La Perla” inaugurada en octubre del 2016. Tiene una altura de 56 metros aprox. En esta zona se encuentra además un patio de comidas, una sala de cines llamada “Cinema Malecón” y el Centro Cultural Libertador Simón Bolívar-denominado así desde el año 2009-un complejo de edificios donde funcionan diferentes salas para la presentación de obras teatrales, literarias o cinematográficas de índole cultural. En la parte posterior se ubica el “Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo-MAAC” inaugurado en el 2003, el mismo por el que comúnmente se conoce a toda esta zona. El centro cultural está bajo la administración del Ministerio de Cultura del Ecuador.

Esta sería la última parada del recorrido con la cual deberá completarse un aproximado de dos horas y media de recorrido.

4.2 Lineamientos para la operación de Free Walking Tours**4.2.1 Cualidades de un guía de Free Walking Tour**

Un guía de Free Walking Tour deberá tener una actitud proactiva y estar dispuesto todo el tiempo a atender cualquier necesidad que surja durante el recorrido. Deberá dar orientación y recomendaciones sobre los demás atractivos existentes en la ciudad, así como información adicional sobre las actividades que puedan realizar los turistas durante su estancia en Guayaquil. De igual manera, un guía de Free Tours debe estar tan capacitado como un guía tradicional en conocer y saber los datos históricos del lugar o sector donde esté guiando, además de aportar en el recorrido con datos curiosos e interesantes sobre los sitios que se está visitando

También deberá contar con otras cualidades que están sobre entendidas, tales como: puntualidad, orientación, una buena condición física e improvisación. Tener en cuenta que los free Walking Tour se recorridos a pie por lo que el guía deberá conocer a detalle toda la información relacionada con las vías, medio de transporte y rutas de movilización. Deberá mostrar una actitud amistosa y hacer sentir al turista dentro de un ambiente relajado y libre de cualquier tensión.

Finalmente, el guía de Free Walking Tour debe sentirse apasionado por la actividad, estar realmente a gusto con el trabajo que realiza y, de manera más platónica: estar enamorado de la ciudad. Debe amar Guayaquil, si se pretende lograr el mismo afecto en los turistas.

4.2.2 Operación de Free Walking Tours

Los Free Walking Tours operados bajo la ruta propuesta dentro del presente proyecto deberán ejecutarse en la mañana. Tomando en cuenta lo manifestado por los propietarios de los hostales y los turistas entrevistados se ha determinado que el horario idóneo para empezar los recorridos sea a las 10:30 am, tomando en cuenta que en esta propuesta los tours empezaran desde un punto de encuentro común cercano para cada grupo de hostales con los que se trabaje. Para los grupos de hostales localizados dentro del centro turístico de Guayaquil se empezará en la primera parada de la ruta.

Guayaquil, al igual que el resto del país, posee dos estaciones climáticas claramente diferenciadas: lluvia y sequía. Para cada una de ellas se han elaborado medidas para hacer más confortables los recorridos. Es conveniente si el clima pronostica ser muy riguroso (un fuerte sol o lluvia) cambiar el horario del recorrido o, en el peor de los casos suspenderlo. Si en cambio, el tiempo es más soportable se podría usar para paraguas tanto para una lluvia ligera como para un día muy soleado.

Los Free Walking Tours pueden realizarse por cualquier tipo de turista sin distinción de edad, sexo o alguna otra índole; pero cabe destacar que son una modalidad destinada a un público prioritariamente joven. No es una actividad muy recomendable para personas mayores, por las propias condiciones físicas de la edad y por el riguroso clima de la ciudad. En cuanto a la accesibilidad, los espacios descritos dentro de la ruta cuentan con rampas para silla de ruedas y facilidades para el desplazamiento de personas con movilidad reducida.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

1. El presente estudio termina siendo un documento que, desde el punto de vista académico, aminora la escasa información literaria que existe actualmente con respecto a este nuevo segmento de mercado; además de servir como guía para cualquier emprendimiento que quiera generar un servicio para este mercado.
2. Como resultado del estudio de mercado se demuestra que el segmento de viajeros independientes existe de manera verídica y demostrable, como se manifiesta en la definición del problema, señalando además que ocupa un valor porcentual del 21% dentro de los turistas extranjeros que visitan la ciudad por motivos de ocio.
3. El diseño de la ruta y por ende la propuesta final del proyecto está elaborada a partir de la selección de diferentes atractivos dentro del centro turístico de Guayaquil, y sirven para responder las necesidades y expectativas que surgen en los turistas que visitan la ciudad y que no tienen conocimiento de qué actividades se pueden realizar, o qué sitios pueden visitar dentro de la urbe.
4. Para concluir, los Free Walking Tours demostraron, de acuerdo con los análisis de las entrevistas efectuadas a los turistas, ser la herramienta idónea para la diversificación de la oferta de servicios de Guayaquil.

Recomendaciones

1. Dentro del presente estudio se evidencio la alta demanda de turistas de negocios que llegan a Guayaquil por lo que se podría implementar actividades bleisure (contracción de la expresión inglesa “business and leisure”) que combinen los dos grandes segmentos de mercado que arriban a Guayaquil.

2. Para los presentes y futuros operadores de Free Walking Tours de la ciudad se recomienda la generación de nuevas rutas que se extiendan alrededor de los otros centros turísticos con los que cuenta la ciudad, generando así nuevos espacios para este creciente segmento de mercado.
3. Para la óptima realización de los Free Walking Tours y por ende la diversificación de la oferta turística de la ciudad sería de suma vitalidad la legalización y formalización esta nueva modalidad de turismo urbano para así evitar la futura aparición y crecimiento del intrusismo.

Bibliografía

ARQHYS. (Diciembre de 2012). *Guía de Turismo*. Obtenido de Revista ARQHYS.com: <http://www.arqhys.com/contenidos/turismo-guia.html>

Casado, J. F., Calderón, B. C., & Zamora, C. R. (2012). *Walk Up Santiago: Free Walking Tour*. Obtenido de www.repositorio.uchile.cl/: <http://www.repositorio.uchile.cl/handle/2250/111752>

Chan, N. (1994). *Circuitos turísticos: programación y cotización*. Buenos Aires: Librerías Turísticas.

El Universo. (5 de Julio de 2017). *Guayaquil supera a Quito en número de visitas de extranjeros*. Obtenido de www.eluniverso.com/: <http://www.eluniverso.com/guayaquil/2017/07/05/nota/6265951/guayaquil-supera-quito-numero-visitas-extranjeros>

El Universo. (11 de Junio de 2017). *Guayaquil traza reto para ir más allá de un destino de negocios*. Obtenido de www.eluniverso.com/: <http://www.eluniverso.com/noticias/2017/06/11/nota/6224674/guayaquil-traza-reto-ir-mas-alla-destino-negocios>

Entorno Turístico. (2017). *Centros Turísticos*. Obtenido de www.entornoturistico.com/: <http://www.entornoturistico.com/los-centros-turisticos-los-4-tipos-centros-turisticos/>

Entorno Turístico. (2017). *Circuitos Turísticos: qué son y como diseñarlos*. Obtenido de www.entornoturistico.com/: <http://www.entornoturistico.com/circuitos-turisticos-que-son-y-como-disenarlos/>

Granados, M. (Marzo de 2000). *ROL DE LOS MUNICIPIOS EN EL DESARROLLO DEL TURISMO*. Obtenido de SISBIB: http://sisbib.unmsm.edu.pe/BibVirtual/Publicaciones/administracion/v03_n6/rol.htm

Günzel-Jensen, F., & Holm, A. B. (Noviembre de 2015). *Business Models Innovation*. Obtenido de Central and Eastern European Online Library: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=309036>

Ingalia. (10 de Septiembre de 2015). *¿Qué es un Free Tour?* Obtenido de www.ingalia.org/: <http://www.ingalia.org/2015/09/que-es-un-free-tour/>

Laffan, L. (12 de Marzo de 2014). *Focos Urbanos*. Obtenido de www.prezi.com/: https://prezi.com/gnpd4o_qseta/focos-urbanos/

Leon, F. (9 de Noviembre de 2015). *¿Que es el modelo FREEMIUM?* Obtenido de MERCA2.0: <https://www.merca20.com/que-son-los-modelos-de-negocios-freemium/>

Martín, J. A., Cuevas, M. d., & Díaz, E. M. (Mayo de 2008). *El distrito turístico*. Obtenido de [www.publicacionescajamar.es: http://www.publicacionescajamar.es/publicaciones-periodicas/mediterraneo-economico/mediterraneo-economico-13-los-distritos-industriales/224/](http://www.publicacionescajamar.es/publicaciones-periodicas/mediterraneo-economico/mediterraneo-economico-13-los-distritos-industriales/224/)

Observatorio Turístico de Guayaquil. (2016). *Informe Final*. Obtenido de [www.guayaquilesmidestino.com: http://www.guayaquilesmidestino.com/sites/default/files/observatorio-turistico-guayaquil-es-mi-destino.pdf](http://www.guayaquilesmidestino.com/sites/default/files/observatorio-turistico-guayaquil-es-mi-destino.pdf)

Pérez, J., & Gardey, A. (2012). *Definición de Guía Turística*. Obtenido de [definicion.de: https://definicion.de/guia-turistica/](https://definicion.de/guia-turistica/)

Recio, E. M., & Rivera, M. I. (Diciembre de 2015). *Análisis del fenómeno free walking tour en el sector turístico*. Obtenido de [www.zaguan.unizar.es: https://zaguan.unizar.es/record/36905/files/TAZ-TFG-2015-4494.pdf](https://zaguan.unizar.es/record/36905/files/TAZ-TFG-2015-4494.pdf)

RIOS, A. A., & RUBILAR, N. F. (2006). *DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE LA RUTA DE LA ECOAVENTURA, ENSENADA, CHILE*. Obtenido de [www.uach.cl: http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2006/fer586d/doc/fer586d.pdf](http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2006/fer586d/doc/fer586d.pdf)

Romero, A. (2014). *Nuevos modelos de negocio en el sector turístico: Implicaciones del escenario P2P*. Obtenido de [www.academia.edu: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/35830103/Nuevos_Modelos_de_Negocio._Andres_Romero.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1503710074&Signature=HK4tkvhxERFtMdODIsBLCh9kYvw%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DNuevo](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/35830103/Nuevos_Modelos_de_Negocio._Andres_Romero.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1503710074&Signature=HK4tkvhxERFtMdODIsBLCh9kYvw%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DNuevo)