

✓ T
341.754
G028 ✓

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

PROGRAMA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS



“GUAYAQUIL COMO CENTRO TURISTICO URBANO CULTURAL”

ELABORADO POR:

ING. XAVIER GUZMAN RUGEL

ING. JUAN JOSE NIETO

BIBLIOTECA
PAE / ESPOL
Inventario DP-00827 ✓
Valor \$ 50.000 ✓
Fecha de Ingreso 96.07.04 ✓
Unid. Acad. ESPAE
Procedencia <i>Trámite de grado del MAE</i>
Sig. Topog. 341.754/G028 ✓

PROFESOR DIRECTOR:

ING. HECTOR AYON J.

MARZO 1996

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION	2
EL TURISMO Y SU IMPORTANCIA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO.....	5
1.1. DESARROLLO TURÍSTICO SEGÚN TIPOS DE PAÍSES	5
1.2. DEPENDENCIA Y NUEVO ORDEN ECONÓMICO INTERNACIONAL DEL TURISMO	7
1.2.1. Dependencia a las cuales puede llevar el turismo	7
1.2.1.1. Dependencia de la demanda exterior y su comercialización	7
1.2.1.2. Dependencia de importaciones de bienes y servicios.....	8
1.2.2 El nuevo orden económico mundial	8
1.3. EFECTO ECONOMICO DEL TURISMO	9
1.3.1. Turismo y balanza de pagos	9
1.3.2. El turismo como actividad motriz y diversificadora.....	11
1.3.2.1. Efectos directos del turismo internacional	11
1.3.3. Efectos indirectos del turismo internacional	13
1.4. EL TURISMO COMO GENERADOR DE EMPLEO	14
1.4.1. Intensidad de la mano de obra	15
1.4.2. Calificación y remuneración de mano de obra	15
1.4.3. Estacionalidad del empleo.....	16
1.5. OTROS EFECTOS ECONOMICOS Y SOCIOCULTURALES DEL TURISMO	16
1.5.1. Turismo y desarrollo regional.....	16
1.5.2. Efecto del turismo en la empresa.....	17
1.5.3. Efectos del turismo en los hábitos de consumo	18
1.5.4. El turismo como factor de cambio social y cultural.....	19
ANALISIS DEL SECTOR TURISTICO ECUATORIANO.....	21
2.1. EVOLUCION DEL TURISMO RECEPTIVO EN ECUADOR	22
2.2. IMPORTANCIA ECONOMICA DEL SECTOR TURISTICO	24
2.2.1. Participación en el PIB	24
2.2.2. Ingresos por Turismo y Exportaciones Totales	26
2.2.3. Generación de Empleo	27
2.3. ANALISIS DEL MERCADO	28
2.3.1. Oferta de Servicios Turísticos.....	28
2.3.1.1. Hoteles, Bares y restaurantes	28
2.3.1.2. Agencias de Viajes.....	31
2.3.1.3. Líneas Aéreas.....	32
2.3.1.4. Otros Medios de Transporte.....	33
2.3.2. Atractivos turísticos	34
2.3.2.1. Areas Naturales	35
2.3.2.2. Otros Atractivos Turísticos	36
2.4. DEMANDA.....	36
2.4.1. Turismo Interno.....	36
2.4.2. Turismo Interno a las Areas Naturales del Ecuador	37
2.4.3. Turismo Receptivo	37

GUAYAQUIL COMO CENTRO TURISTICO	42
3.1. HISTORIA TURISTICA DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.....	42
3.2. INVENTARIO TURISTICO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.....	44
3.2.1. Aspectos generales de Guayaquil.....	45
3.2.1.1 Atractivos Turísticos.....	45
3.2.1.2. Museos.....	47
3.2.1.3 Turismo de Naturaleza.....	49
3.2.2. Representaciones arquitectónicas.....	50
3.2.3. Vida nocturna.....	51
3.2.4. Gastronomía.....	51
3.2.5. Folklore.....	52
3.2.6. Calendario festivo.....	52
3.2.7. Lugares turísticos fuera de la zona urbana.....	54
PLANIFICACION TURISTICA PARA GUAYAQUIL	55
4.1 CLASIFICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL INVENTARIO TURÍSTICO	56
4.2 VALORACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS.....	60
4.3 ANÁLISIS DE LA INFRAESTRUCTURA Y COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA	62
4.4 FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA.....	64
4.4.1. Realización de Previsiones.....	67
4.4.1.1. Previsión de la demanda.....	67
4.4.1.2. Previsión de la Oferta de alojamiento	68
4.4.1.3. Identificación y Programación de meses turísticos	69
4.4.1.4. Identificación y Definición de Programas Prioritarios.....	70
CONCLUSIONES	79
RECOMENDACIONES	81
ANEXOS	82
BIBLIOGRAFIA	87

INTRODUCCION

El fenómeno turístico se está constituyendo en una actividad económica de considerable importancia, tanto por el papel que juega en la economía nacional de cada país como por las posibilidades que ofrece o puede ofrecer en el futuro desarrollo económico y sociocultural.

A pesar de ello, el desarrollo del turismo en nuestro país ha sido lento, orientado hacia una sola región y con la falta de un apropiado sistema de control.

El turismo no sólo debe orientarse al aspecto de lugares naturales o motivaciones arqueológicas, existen otros elementos que se pueden aplicar a cada una de las regiones del país, a ciudades y pueblos que permitan el desarrollo de los mismos y obtener el beneficio económico que conlleva.

El trabajo que se está realizando, se enfoca en el Ecuador, específicamente hacia una ciudad. Ecuador esta considerado como un país en vías de desarrollo, por lo cual centraremos la atención a las incidencias de la actividad turística dentro de este grupo.

Se quiere promover una estrategia de turismo orientada a mostrar a la ciudad de Guayaquil como punto generador de turismo, enfocándolo desde aspectos naturales, socioculturales, urbanísticos, artesanales y programáticos y, al mismo tiempo, demostrar como es posible generar, a través de la estrategia a seguir, un desarrollo económico y sociocultural de la ciudad y por efecto multiplicador de la economía, su repercusión en el ámbito nacional.

Cabe mencionar que para los efectos de estudio y análisis, se ha considerado al Ecuador como un país en vías de desarrollo.

El problema consiste, pues, en definir qué modelo o estrategia de desarrollo turístico hay que elegir, mediante una planificación de los recursos turísticos existentes y potenciales, la colaboración de un organismo mixto (Privado-Estatal) que evite los costos y riesgos de un desarrollo espontáneo y escasamente controlado y contribuir de esta forma a potenciar intercambios económicos y socioculturales mas auténticos y profundos entre las poblaciones de las zonas emisoras y receptoras (tanto nacional como internacional).

La definición de un plan estratégico de la actividad turística para Guayaquil, que constituye el objetivo fundamental de este trabajo consta de las siguientes partes.

La primera, un estudio sobre el Turismo y el desarrollo económico-social, se adopta una visión global de los beneficios, costos y riesgos del turismo según los diferentes tipos de países y un análisis del mismo sobre Ecuador. Esto se lo realiza con el fin de diferenciar, flexibilizar y tipificar el concepto de estrategia de desarrollo turístico y manifestar que este juega distintos papeles en otros países (dependiendo del tipo de desarrollo de los mismos).

En la segunda parte, se realiza un estudio del comportamiento turístico de Guayaquil, mediante una breve reseña histórica y una investigación de la situación actual de la misma. Esto permitirá tener la base para definir y elaborar estrategias de desarrollo turístico para la ciudad y sus alrededores.

La tercera parte constituye netamente la estructuración de la estrategia de desarrollo turístico y su aplicación a la ciudad. Aquí se definirán las posibles políticas a seguir, la estructuración de un ente de control con participación de la empresa privada y el gobierno y los posibles proyectos de creación turística para la ciudad.

Este trabajo esta dedicado a realzar a Guayaquil como un centro de atracción turística, pero las conclusiones obtenidas podrán ser aplicadas a otras regiones de nuestro país. Los resultados obtenidos permiten definir un plan estratégico para ser implementado por cualquier institución o persona.

EL TURISMO Y SU IMPORTANCIA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO

El turismo internacional constituye, en la actualidad, una actividad económica de considerable importancia. El fenómeno turístico es económicamente importante dentro de los flujos e intercambios internacionales, pues los ingresos turísticos representan un porcentaje significativo dentro de los principales grupos de exportación. A esto hay que añadir el consumo del turismo interior que, especialmente en los países mas desarrollados, es superior al consumo turístico internacional. (*Venancio Bote*, 1990)

El flujo nacional e internacional de turistas provoca beneficios, costos y riesgos diferentes según los tipos de países, lo cual se debe tener presente al diseñar un plan de la actividad.

1.1. DESARROLLO TURÍSTICO SEGÚN TIPOS DE PAÍSES

La Organización de Naciones Unidas (*United Nations YearBook*, 1990), ha establecido grupos de países con el fin de aplicar en ellos planes estratégicos acordes a su condición, estos grupos son:

- Países desarrollados con economía de mercado y preferentemente emisores
- Países con nivel de desarrollo económico intermedio, economía de mercado y preferentemente receptores.
- Países en desarrollo, con economía de mercado y preferentemente receptores.

El primer grupo se caracteriza por tener una relación porcentual entre salidas al extranjero y la población total mayor al 10%, sus gastos turísticos entre el 0.1% y el 2% del PIB, obtienen porcentajes muy altos de ingresos turísticos mundiales (aproximadamente. 59%) y representan un porcentaje relativamente importante en el PIB.

Además este grupo se caracteriza por tener un turismo interno superior al de los otros grupos debido a su mejor y mayor nivel de vida (Aproximadamente. 3% del PIB).

El segundo grupo se caracteriza por representar los ingresos turísticos entre 3 % y 4% del PIB, obtienen un ingreso del turismo mundial de aproximadamente 12%, mientras que su turismo interno representa un 1.5% al 2% del PIB, dependiendo del tamaño del país.

Además la relación entre salidas al exterior y población total se ubican entre un 5% y 9%.

El tercer grupo corresponde a países pequeños y especializados en los que sus ingresos turísticos están entre el 25% y el 40% del PIB, sin embargo dentro de este grupo podemos distinguir países en los que los ingresos turísticos son representativos respecto al PIB pero no son especializados en la actividad; mientras el carácter receptor es muy reducido y representa un porcentaje muy reducido respecto al PIB. Los países en desarrollo presentan una relación entre salidas al extranjero y población total inferior al 5%.

1.2. DEPENDENCIA Y NUEVO ORDEN ECONÓMICO INTERNACIONAL DEL TURISMO

Para los países en desarrollo, el sector turístico se apoya fundamentalmente en la demanda externa pues, dado el reducido nivel de desarrollo, el turismo interior es relativamente poco importante. Estas diferencias en la estructura de la demanda son importantes, ya que ponen de manifiesto la menor autonomía o mayor dependencia de la demanda externa de la infraestructura turística existente en estos países. En este sentido, es aconsejable potenciar, no sólo por razones sociales, sino también por razones económicas, la demanda interna de estos países (*Venancio Bote, 1990*)

El turismo en estos países se considera de tipo estacional, es por esto que las inversiones realizadas pública y privadamente deben complementarse con una demanda interna, a fin de aumentar su rentabilidad y elevar el grado de ocupación de las instalaciones.

1.2.1. Dependencia a las cuales puede llevar el turismo

Aclaremos que la dependencia del turismo internacional en países en desarrollo responde a deficiencias estructurales de su economía y no a la de un sector. (*Miguel Acerenza, 1990*)

En base a esta aclaración, se exponen los mecanismos más importantes de dependencia

1.2.1.1. Dependencia de la demanda exterior y su comercialización

Hay que considerar que en los países emisores, los agentes de turismo están agrupados, lo cual les permite controlar la demanda, mientras que en aquellos países receptores, su oferta turística es más numerosa, dispersa y menos organizada.

1.2.1.2. Dependencia de importaciones de bienes y servicios

Desarrollar una actividad turística, muchas veces requiere importar bienes y servicios que son consumidos por los turistas, esta causa que el porcentaje de importaciones de estos bienes y servicios sean mayores en los países en desarrollo.

Esto a su vez causa que se solicite personal calificado y capital proveniente del exterior, siendo el principal motivo la deficiencia educativa y cultural de la población en algunos de estos países.

1.2.2 El nuevo orden económico mundial

El fenómeno del turismo contribuye a intensificar las relaciones y vinculaciones económicas entre países en desarrollo y desarrollados, contribuyendo a mejorar la balanza comercial de los países en desarrollo y reduciendo el superávit de los países desarrollados. Sin embargo, es necesario establecer políticas internacionales a fin de equilibrar las fuerzas productivas y reducir las concentraciones turísticas a nivel mundial.

La integración del turismo en el nuevo orden económico internacional debería considerar:

- ☞ Soberanía de los países receptores sobre recursos y actividades turísticas, pues los países emisores buscan recursos turísticos de calidad ecológica al precio más bajo posible, mientras que los países receptores, especialmente los menos desarrollados, pueden caer en la trampa de vender sus servicios y productos a precios reducidos con riesgo de degradar los mismos. (*Venancio Bote*, 1990)

- ☞ Aumentar los flujos turísticos de manera que impliquen para los países receptores, precios estables remunerados y justos.
- ☞ Solidaridad internacional, tratando de reducir desigualdades en el nivel de vida existentes entre los diferentes tipos de países. Esta solidaridad implica ayudas de tipo financiera, asistencia técnicas, etcétera, en favor de países menos desarrollados. (Venancio Bote, 1990)

Por otra parte se hace hincapié en que los países en desarrollo deben diversificar su mercado turístico, es decir, reducir la dependencia de los países desarrollados.

1.3. EFECTO ECONOMICO DEL TURISMO

El carácter prioritario del turismo dentro de una estrategia de desarrollo se fundamenta en una serie de indicadores (capital/producto, inversión/empleo, etc.) cuya interpretación no permite obtener conclusiones objetivas dado su carácter parcial, dificultades metodológicas y la no inclusión de aspectos cualitativos relevantes. Sin embargo podemos revisar los efectos que causa el turismo en los principales agentes económicos de un país.

1.3.1. Turismo y balanza de pagos

La Balanza de Pagos, realmente no proporciona información individual sobre el sector turístico, generalmente son las partidas de las operaciones corrientes las que nos muestran la mayor información posible al respecto. Para poder realizar una mayor estimación se

requiere conocer sobre los ingresos corrientes, pagos corrientes, contenidos de las importaciones, gastos por promoción turística y retribución de los factores externos.

La actividad turística, presenta una ventaja con respecto a los otros sectores: aporte de divisas, especialmente en países en desarrollo. Esto se debe a que se considera al turismo una demanda internacional convirtiéndola en una actividad exportadora desde las primeras etapas de su desarrollo. Por otro lado algunas actividades, especialmente de tipo industrial, se encuentran con obstáculos y dificultades en cuanto al acceso a otros mercados, a pesar de las nuevas tendencias, tratados y acuerdos por liberalizar aranceles, impuestos y otros factores.

Se destaca que, en estos países, la demanda de turismo está menos protegida y restringida, por lo cual le abre las puertas al ingreso de divisas y la promoción del país turísticamente, sin dejar a un lado que el turismo interno es un complemento importante.(*Edgar Alonso*, 1990)

Este flujo de divisas causado por el ingreso de turistas ayuda a superar problemas de déficits de las balanzas comerciales y de otra parte manejar eficientemente su deuda externa, lo que ayudaría de una u otra forma a mejorar el crecimiento del PIB en cada país.

Recordemos que un país no debe vivir solamente de exportaciones tradicionales, especialmente de tipo agrícola e hidrocarburíficas, se debe buscar otras fuentes de ingresos que generen no sólo satisfacción económica, sino también bienestar a los ciudadanos y pueblo en general.

Los países en desarrollo presentan muy poca información al respecto, pero es posible realizar estimaciones, aunque no se haga referencia al sector turístico netamente, sino al sector hotelero y de alimentación. El contenido de las importaciones depende exclusivamente del nivel de desarrollo y diversificación económica del país, la capacidad de sustituir los productos importados y el nivel de bienes de equipo requeridos por la oferta turística.

1.3.2. El turismo como actividad motriz y diversificadora

El desarrollo de la actividad turística puede asumir una función motriz en la estrategia del desarrollo económico, considerando que uno de los objetivos principales de los países en desarrollo es buscar un crecimiento acelerado y autosostenido.

El turismo permite la diversificación de las actividades productivas, aspecto de vital importancia en países en desarrollo. El consumo turístico se dirige a varios sectores dado su carácter heterogéneo causando efectos directos en ellos.

La potencialidad de la demanda turística, junto a sus efectos multiplicadores, hace del turismo una posible actividad motriz y diversificadora, siempre y cuando el sector cuente con apoyo para su despegue.

1.3.2.1. Efectos directos del turismo internacional

El monto global y la distribución sectorial de los ingresos brutos dependen, fundamentalmente, de las características específicas de la zona turística receptora, es decir:

nivel de precios, infraestructura, etcétera, así como de las características del propio turista, tal como país de origen, nivel económico, interés turístico, etcétera.

Para valorar el impacto del gasto turístico internacional (efecto directo) se calcula la diferencia entre los ingresos y los pagos al exterior por importación de bienes y servicios y remuneración de factores extranjeros requeridos por los sectores turísticos. El mayor indicador de este efecto, se lo puede obtener como un porcentaje de los ingresos turísticos con respecto al PIB.

Se debe considerar que este valor sobreestima el efecto o contribución en la producción del turismo internacional, pues hay que descontar, al menos, el contenido de importaciones que constituyen una reducción del impacto en la producción.

El gasto del turismo internacional tiene tres componentes fundamentales:

1. Gastos de transporte del país emisor al receptor, que son muy variables, pues dependen de la distancia y el medio que se utilice.
2. Gastos de alojamiento y alimentación, que dependen del nivel de precios, de los contratos celebrados con agencias de viajes, características y calidades de los lugares de alojamiento y alimentación y gastos adicionales de alimentación, fuera de los establecimientos de alojamiento.
3. Gastos de tipo personal que incluyen: excursiones, compras, que en su mayoría son pagados directamente por el turista y muy rara vez se incluyen dentro del paquete turístico.

La parte del precio total pagado por el turista, que el país receptor recibe, depende del tipo de viaje a realizar y de los acuerdos bilaterales de transportación, principalmente.

1.3.3. Efectos indirectos del turismo internacional

Antes de explicar los efectos indirectos, debemos aclarar que debido a la carencia de información estadística relevante es difícil realizar la correlación existente entre la demanda turística y sus efectos multiplicadores. (*Venancio Bote*, 1990)

Dentro de la economía, el multiplicador de consumo turístico, trata de cuantificar el incremento de renta que se genera al incrementarse el ingreso turístico, puesto que parte de las rentas generadas por el turismo, se consumen en bienes y servicios nacionales, este gasto genera a su vez, ingresos en otros sectores, que a su vez, se dedican en parte al consumo de bienes y servicios nacionales, promoviéndose un proceso que va agotándose pero que provoca un impacto total del turismo superior al impacto directo. (*Venancio Bote*, 1990)

La cuantía de los efectos multiplicadores depende fundamentalmente:

- Del grado de diversificación de la economía del país receptor, que implica interrelación entre sectores nacionales, disminuyendo la propensión a importar.
- Del contenido en importaciones de los sectores turísticos y de los sectores arrastrados por ellos en forma directa.
- Del tamaño del país o región, pues generalmente, mayor tamaño implica mayor población y diversificación de la economía.

1.4. EL TURISMO COMO GENERADOR DE EMPLEO

El turismo, por ser una actividad de servicios, tiene una capacidad de generar puestos de trabajo comparativamente importante con otros sectores. Según estudios realizados por la Organización Mundial de Turismo, en los últimos cinco años, el turismo ha generado aproximadamente un 15% de empleo en países en desarrollo y en algunos casos, se constituyen en la fuente de empleo más importante de esos países.

Las estadísticas disponibles no permiten determinar la dimensión exacta del empleo causado por el turismo. Incluso, las estadísticas en subsectores representativos, tales como sectores de alojamiento, de alimentación, de transportación, no permiten estimar en forma fácil, el efecto del turismo en el empleo. Se aclara, sin embargo que, los efectos en el empleo de la inversión turística, generalmente aparecen en más grado, en los datos relacionados a sectores no turísticos, especialmente construcción y obra pública.

A pesar de estas limitaciones, se pueden establecer las siguientes aclaraciones:

- ☞ En países en desarrollo, se debe considerar, dentro del empleo turístico, las altas y bajas temporadas del país o región, lo cual hace variar el porcentaje de empleo causado por el mismo.
- ☞ Hay que considerar los sectores informales ligados al turismo.
- ☞ Evitar en lo posible imitar modelos de empleo de países desarrollados que podrían causar un desequilibrio en la generación de empleo de la actividad turística.

Los aspectos cualitativos del empleo turístico, dado que cada vez constituyen un efecto más importante en la economía de un país, se miden de la siguiente manera:

1.4.1. Intensidad de la mano de obra

En términos generales, el sector turístico, se considera un sector intensivo en mano de obra, sin embargo, debido a la falta de atención de muchos países en desarrollo a tener información relacionada explícitamente a este sector, no se puede tener una investigación económica profunda, sin embargo, se puede afirmar que el sector turístico crea más empleo por unidad monetaria invertida respecto a otros sectores, esta afirmación se genera, especialmente, cuando se analiza el sector hotelero y subsectores como ofertas extrahoteleras y de alimentación.

Se debe tener en cuenta el nivel de desarrollo turístico de cada país, ya que en las primeras etapas la inversión por empleo es más elevada que en etapas posteriores.

1.4.2. Calificación y remuneración de mano de obra

Existen dudas sobre si la remuneración y exigencias de cualificación es mayor o menor que en otros sectores. Esto se debe a que muchos países no le dan importancia al sector, dejando que éste caiga en manos de personas no aptas para el manejo del mismo, sin embargo hay que hacer las siguientes precisiones:

1. En primer lugar, el sector turístico es heterogéneo, por lo tanto, cada subsector puede exigir diferentes requerimientos de formación profesional.
2. Puede suceder que el sector turístico requiera, simultáneamente, mano de obra con alta calificación profesional y un porcentaje elevado con reducida calificación. Dado este punto al turismo se lo considera una fuente de empleo para grupos sociales menos favorecidos porque en algunos países se permite, a estos grupos, tener empleos temporales o jornadas de trabajo parciales que permitan percibir ingresos suficientes para cubrir sus necesidades.

1.4.3. Estacionalidad del empleo

Se debe específicamente a la estacionalidad de la demanda turística (temporadas altas y temporadas bajas). Muchos países con reducido nivel de desarrollo turístico tienen en su mayoría predominio de un turismo comercial, estos países carecen de estacionalidad.

Otros, que se consideran receptores vacacionales, presentan una estacionalidad apreciable.

Se aclara que no solamente se aplica a países sino también a regiones dentro del mismo país.

1.5. OTROS EFECTOS ECONOMICOS Y SOCIOCULTURALES DEL TURISMO

1.5.1. Turismo y desarrollo regional

La mayoría de los casos de turismo son de negocios que se centran siempre dentro de la zona urbana. Sin embargo, gran parte de la demanda turística, tiene preferencia por localizarse en zonas menos desarrolladas. El turismo muchas veces compensa el género de

vida de las grandes ciudades; por ello, la demanda turística exige espacios libres, contacto con la naturaleza, ausencia de aglomeración industrial, lo que hace más atractivas zonas no desarrolladas (campos, pueblos, comunas, etcétera).

Así pues, la actividad turística, responde a factores de localización; es por esto que se deben buscar zonas acordes a la demanda turística, sean éstas dentro del área urbana o circundantes a la misma, en el caso de ciudades. Para zonas no urbanas, se debe considerar la existencia mínima de infraestructura y servicios básicos.

De esta forma, el turismo ha tenido un impacto en el desarrollo regional cuyos objetivos se centran en el siguiente resumen:

- Tener una distribución más equitativa en el nivel de vida de regiones desarrolladas y no desarrolladas.
- Mejorar el hábitat local y regional, puesto que la creación y perfeccionamiento de la infraestructura y equipamiento en estas zonas, permiten su utilización simultánea, tanto para turistas como para la población residente.
- Estimular el desarrollo regional, pues teniendo en consideración el punto anterior, estas zonas o regiones se pueden beneficiar del nacimiento de otras actividades, diferentes al turismo.
- Evitar concentrar el turismo en una sola región o punto.

1.5.2. Efecto del turismo en la empresa

El aumento de los precios turísticos se puede dar por:

- Exceso de la demanda sobre la oferta turística. Esto se explica de la siguiente forma: un exceso de demanda en meses de alta temporada, puede provocar incremento de los precios turísticos, debido a la dificultad de incrementar a corto plazo las instalaciones turísticas.
- Aumento de los costos de producción. El empleo de factores ligados al sector durante la temporada alta, puede provocar subidas en los precios de los mismos causando tensiones inflacionistas.
- Falta de control de precios.

La incidencia del turismo en el nivel de precios será significativa siempre y cuando se cumplan los siguientes supuestos:

- Que la demanda adicional inducida por el turismo sea importante para la economía del país.
- Que los bienes y servicios demandados por el turismo, sean simultáneamente demandados por la población local.
- Que exista una rigidez en el mercado que no permita una fluidez de la oferta-demanda.

1.5.3. Efectos del turismo en los hábitos de consumo

Los efectos del turismo en los hábitos de consumo, provocan indirectamente un impacto en los factores de consumo y la balanza de pagos. El turismo se puede considerar un vehículo de penetración de modelos de consumo, en la población residente. Esto se da porque el

turista busca un cambio en la estructura de consumo del país receptor (trata de sentirse confortable, como si fuera su propio país).

Algunos de estos hábitos, que no corresponden a la población residente, pueden provocar, por la forma directa en que actúa el turista, consumos imitativos de carácter suntuario en relación con la renta y nivel de vida de la población local, especialmente entre los jóvenes.

El turismo puede provocar también cambios en los hábitos de consumo del turista; éste al volver a su país de origen, puede tener necesidad de seguir consumiendo productos del país visitado e incluso promoverlos. En su mayoría estos productos son bienes de consumo de tipo artesanal e industrial (cuero, textiles, muebles). Esto contribuye a que el país receptor importe estos productos, siendo el efecto neto la balanza de pagos. *(Miguel Acerenza, 1990)*

1.5.4. El turismo como factor de cambio social y cultural

El turismo es considerado un medio de intercambio de comportamiento, mentalidad, costumbres, historia, cultura entre los emisores y receptores. Este intercambio es un elemento importante en el progreso de un país y debe evitarse en lo posible el hermetismo y aislamiento de su cultura, creencias y forma de vida. Se debe recalcar que esta contribución también presenta riesgos, debido a que ciertas zonas turísticas, especialmente de los países en desarrollo, tiene estructuras sociales frágiles, las cuales, al tener contacto con culturas o formas de vida de alta tecnología pueden crear efectos sociales y culturales no deseables, por esta razón, al turismo se le considera también difusor del modelo socio-económico de estos países.

Es imprescindible promover un desarrollo turístico que respete los valores socio-culturales de cada país y refleje la capacidad de creación de cultura propia, para ello, los turistas y empresas de servicio turístico deben evitar el uso inadecuado de sus creencias de superioridad y actuar con racionalidad y progreso. De la misma manera, los gobiernos de cada país, deben tener leyes que se adapten a la tecnología y valores culturales propios evitando de esta manera, cambios injustificados y adaptaciones de modelos que no se justifican a la realidad socio-económica del mismo.

ANALISIS DEL SECTOR TURISTICO ECUATORIANO

Mucho se ha discutido en el país sobre la importancia del turismo y la necesidad de incentivar el sector con apoyo de la empresa privada y el gobierno, despertando en el mismo un desarrollo y volviéndolo un sector importante dentro de la economía nacional.

Cabe señalar que el turismo internacional e interno nunca se ha organizado adecuadamente y es por ello que no se han alcanzado niveles de otros países, de igual manera se suma la falta de información que se tiene sobre el porcentaje de incidencia de los ingresos causados por el movimiento turístico en la economía nacional.

El turismo a escala masiva es un fenómeno moderno, característico de las sociedades desarrolladas. Varios factores han incidido en el nacimiento y desarrollo del turismo de masas, como son: la revolución de los transportes, el aumento del nivel de vida, la disminución de la duración anual del trabajo disfrutando vacaciones pagadas, el mayor nivel educativo de la población y las facilidades de la comunicación.

Debemos enfatizar que el turismo tiene sus propias divisiones, entre ellas el turismo interno y el receptivo o internacional.

El turismo interno es el realizado por los propios residentes de un país y es considerado un factor importante que debe evolucionar. De igual manera se debe diferenciar entre turismo de tipo comercial o de negocios y aquel turismo recreacional.

El turismo comercial es dedicado específicamente a visitas de negocios o relaciones empresariales, este tipo de turismo es característico de la ciudad de Guayaquil. El turismo recreacional se dedica a promocionar un sitio de descanso o diversión, pero de igual manera

promociona aspectos culturales y educativos de un país o región; este turismo se promociona especialmente en la región andina, oriental e insular.

2.1. EVOLUCION DEL TURISMO RECEPTIVO EN ECUADOR

El Estado y el sector privado del Ecuador deben realizar una gran inversión para ofrecer un turismo competitivo en el mercado exterior. En efecto, el irregular crecimiento del turismo hacia el país, aproximadamente 44.734 turistas extranjeros en 1994 (dato proporcionado por la Policía Migratoria Ecuatoriana), se podría ver afectado por estrategias de otras naciones latinoamericanas con una mayor vocación turística.

El turismo, a la fecha, constituye la cuarta fuente de ingresos de divisas, con una participación en el PIB de casi un 1.9%. Por otra parte, el sector proporciona plazas de trabajo muy significativas, ocupadas en su mayoría por establecimientos grandes y pequeños y en una menor proporción por sectores adjuntos.(CFN, 1994)

La mayor concentración de servicios turísticos se aprecia en Quito y Guayaquil con un 55% mientras que el 45% se divide entre las zonas australes, Galápagos y el Oriente.

La tendencia actual del turismo se orienta hacia la valoración de la naturaleza y cultura de las naciones, nuestro país reúne especiales condiciones para este tipo de turismo, pues más del 56% de los sitios de atracción turística son áreas naturales, además posee una singular diversidad étnica, geográfica y cultural que puede ser conocida en tramos cortos de tiempo y distancia. La mayoría de turistas, que provienen de los Estados Unidos y Europa, buscan áreas naturales y mantienen especial interés por la cultura indígena y criolla, prefieren

establecimientos de tipo familiar, en la cual se sientan vinculados al entorno, pero contando con un adecuado servicio.

Según un estudio del sector turístico realizado por la CFN, los turistas más numerosos en el Ecuador son los colombianos (35%), luego le siguen los norteamericanos (19%), europeos (17%) y peruanos (11%); considerando que, en la mayoría de los casos, el turismo fronterizo no va más allá de 1 a 3 días promedio.

El turismo interno, que es efectuado propiamente por los residentes, tiene un peso importante en la demanda global. El más importante tipo de salida de los ecuatorianos es el turismo de fin de semana (71%), luego el de vacaciones (18%) y la salida por feriados el (11%).

Ante todos estos valores, se puede pensar que el turismo externo como interno tiende a crecer, sin embargo la realidad es diferente. Ante el turismo externo, el país se encuentra entre la lista de países inseguros, es decir, un país que no tiene seguridades suficientes y presenta un índice alto de delincuencia y aún más si consideramos el diferendo limítrofe ocurrido en 1995 junto con los problemas políticos internos. (*El Universo*, 1994)

Cabe mencionar también el aspecto de salud, en los Estados Unidos y Europa existe una campaña de prevención contra enfermedades, dirigida a los turistas que visitan países de sudamérica, especialmente contra enfermedades tales como cólera, difteria, paludismo, rabia y enfermedades gastrointestinales. Esta imagen negativa ha disminuido sustancialmente la presencia del extranjero en nuestro país; es por ello que se necesita una estrategia turística que permita eliminar dicha imagen y que utilice el temor que tiene el

extranjero para crear una estructura de servicio acorde a las necesidades de ellos, sin dejar de lado los aspectos propios del país.

2.2. IMPORTANCIA ECONOMICA DEL SECTOR TURISTICO

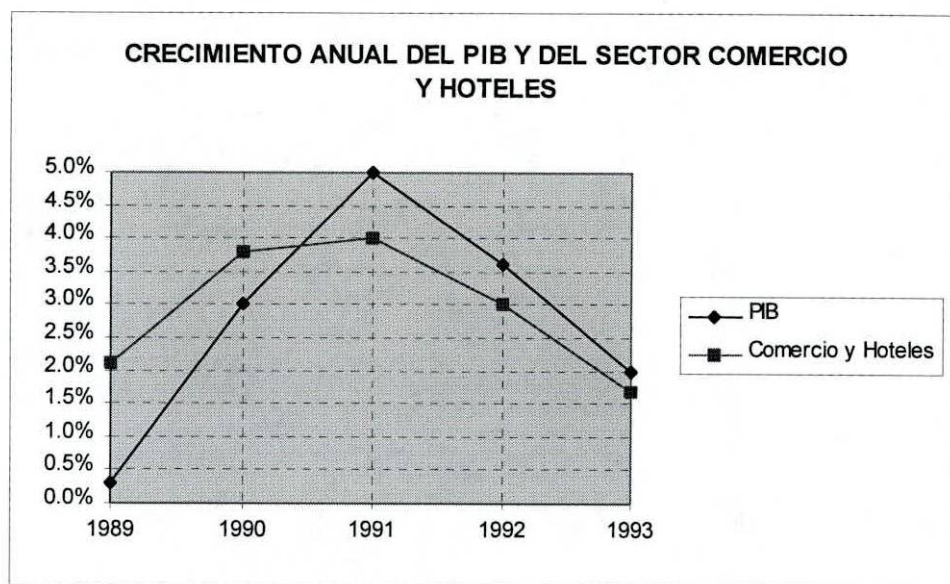
2.2.1. Participación en el PIB

Las principales actividades vinculadas al turismo son las de alojamiento, alimentación, transporte, recreación y esparcimiento, ventas de artículos y manufacturas varias, agencias de viaje, entre otras.

Dentro de la estructura económica del país, contamos con el rubro de Comercio y Hoteles, las otras actividades forman parte de otras clasificaciones que no permiten cuantificar su participación en el PIB turístico y en el PIB total.

De 1989 a 1991, el sector de Comercio y Hoteles creció notablemente en menor proporción del PIB, sin embargo desde 1991 hasta 1993 el crecimiento del sector ha sido menor; la tasa promedio de crecimiento de 1989 a 1993 es de 2.9 % frente al 2.78% del PIB en ese período. (Anexo1)

Gráfico 1



Fuente: Boletín Estadístico BCE, 1994

Elaboración: Xavier Guzmán

Esta información sólo refleja la crisis por la cual el sector se encuentra atravesando, notándose la negligencia del gobierno en el apoyo para el desarrollo del sector, como un recurso sustitutivo de ingresos. En la gráfica 2, observamos el porcentaje de participación del sector de Comercio y Hoteles respecto a otras actividades con un 14.8% (Anexo 2).

Gráfico 2



Fuente : Boletín Estadístico BCE, 1994

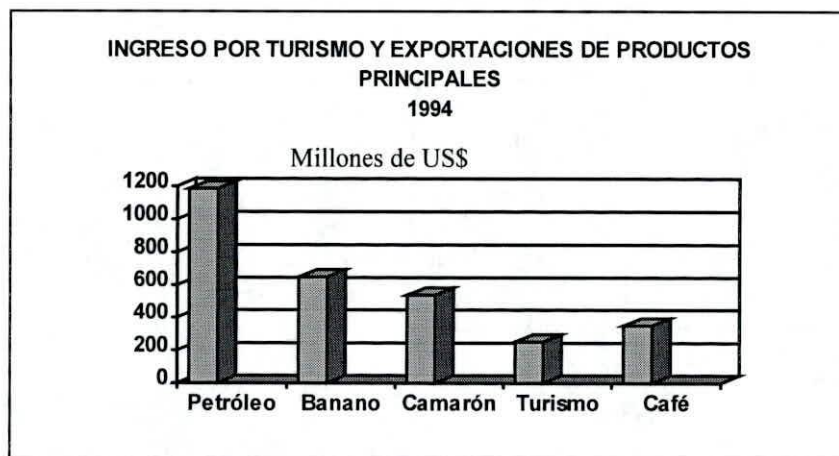
Elaboración : Xavier Guzmán

2.2.2. Ingresos por Turismo y Exportaciones Totales

A pesar de los problemas por los que atraviesa el sector, los ingresos por turismo constituyen una fuente importante de divisas para el país. Según la balanza de servicios y renta, cuenta “Viajes”¹, estos ingresos representan, para 1994, 252 millones de dólares (Anexo 3)

¹ Cuenta “Viajes” comprende los bienes y servicios que los viajeros adquieren en una economía para uso propio, durante su estancia en ella. Los bienes y servicios que más se registran son: alojamiento, comida, espectáculos y transporte. (Manual de Balanza de Pagos, FMI).

Gráfico 3



Fuente : Boletines del BCE, 1995
Elaboración : Xavier Guzmán

2.2.3. Generación de Empleo

Según datos de la encuesta realizada por el INEC², en 1992, se registraron 198 establecimientos de restaurantes y hoteles a nivel nacional, clasificados unicamente aquellos que emplean 10 o más trabajadores y que representan un 6% del total de establecimientos.

El empleo en el sector en 1992 fue de 7554 plazas de trabajo, cuya remuneración total alcanzó los 20.653 millones de sucres, lo que significa un 3.8% y el 1.9% de la actividad económica nacional. (Anexo 4). Para el INEC, de 1990 a 1992 el crecimiento del subsector fue de 7.6%, del personal ocupado 12.4% y las remuneraciones totales 132.8%. En cambio

² INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

CETUR³, para 1992 registró 36.948 personas ocupadas, destacando el rubro de comidas y bebidas con una participación del 52.4% y el alojamiento con 32.4% del total, siendo además Pichincha y Guayas las provincias que emplean mayor número de trabajadores del sector con una participación del 38.1% y 27.3% respectivamente.

Gráfico 4



Fuente : Boletines del BCE
Elaboración : Xavier Guzmán

2.3. ANALISIS DEL MERCADO

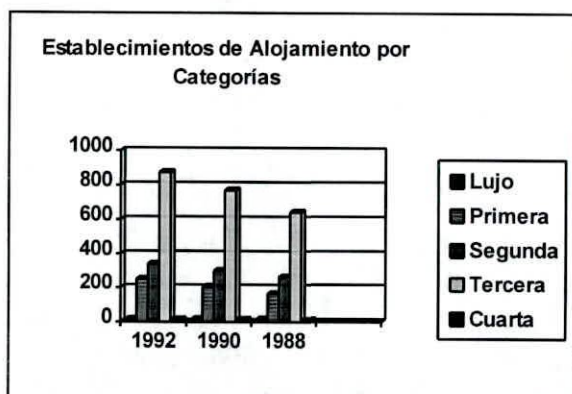
2.3.1. Oferta de Servicios Turísticos

2.3.1.1. Hoteles, Bares y restaurantes

Según CETUR, en 1992 los establecimientos de alojamiento fueron de 1.490 con 60.505 plazas de trabajo.

³ CETUR: Corporación Ecuatoriana de Turismo.

Gráfico 5



Fuente : Estadística Turística CETUR
Elaboración : Xavier Guzmán

En lo que se refiere a las principales ciudades, Quito, Cuenca y Guayaquil tienen una participación de 12.2%, 3.5% y 10.3% respectivamente. Las plazas de alojamiento en categorías de lujo y primera fueron para Quito un 3.3% y 6.7% en relación al total de plazas de nivel nacional. Para Guayaquil el 2.6% y 2.1% y para Cuenca 0.5% y 2.2% respectivamente.

En el cuadro a continuación podemos apreciar la distribución de los diferentes tipos de establecimientos de alojamiento.

En lo que se refiere a establecimientos de comidas y bebidas, se ha notado un crecimiento considerable del 25.2% hasta 1992 y del 32% aproximadamente en 1994. El total de establecimientos de comidas y bebidas registrados por CETUR hasta 1992 fue de 4.295. (Anexo 5).

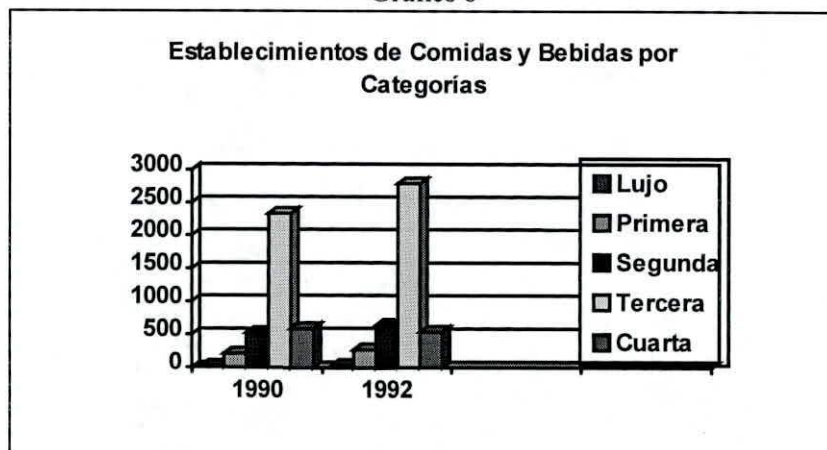
Cuadro 1

Tipos de Establecimientos de Alojamiento - 1992

<u>Establecimientos</u>	<u>Quito</u>		<u>Guayaquil</u>		<u>Cuenca</u>		<u>Otras</u>		<u>Total</u>	
	<u>No.</u>	<u>Plazas</u>	<u>No.</u>	<u>Plazas</u>	<u>No.</u>	<u>Plazas</u>	<u>No.</u>	<u>Plazas</u>	<u>No.</u>	<u>Plazas</u>
Hotel	30	4386	36	4169	17	1438	121	8788	204	18781
Hotel Residencia	18	1265	10	549	2	155	17	1051	47	3020
Hotel	10	604			1	180	3	246	14	1030
Apartamento										
Hostal	39	1400	80	2410	5	196	379	10637	503	14643
Hostal Residencia	66	2182			20	807	222	7408	308	10397
Pensión	11	150	14	152	3	112	219	3826	247	4240
Motel	7	420	13	524	1	48	23	552	44	1544
Hosteria					1	30	58	2982	59	3012
Otros					1	38	63	3800	64	3838
TOTAL	181	10407	153	7804	51	3004	1105	39290	1490	60505

En lo referente al tipo de establecimiento de comida y bebidas, un 75.6% corresponde a Restaurantes, 5.0% a cafeterías, 15.2% a fuentes de soda y un 4.3% a bares.

Gráfico 6



Fuente : Estadísticas Turísticas CETUR

Elaboración : Xavier Guzmán

Se observa también una gran concentración de estos locales en Quito y Guayaquil, que tienen respectivamente, 26.3% y 23.6% del total para 1992.

2.3.1.2. Agencias de Viajes

En el Ecuador ha existido un aumento considerable de agencias de viajes siendo la tasa de crecimiento desde 1990 hasta 1994 de aproximadamente el 28%. CETUR clasifica las agencias de viajes en tres categorías: Mayoristas, Internacionales y operadoras.

Las mayoristas poseen representaciones del extranjero y se encargan de organizar paquetes turísticos que son distribuidos por las agencias internacionales que son, a su vez, las que ofrecen todo tipo de servicio al turista nacional o extranjero. Las operadoras son dedicadas exclusivamente al turismo receptivo y ofrecen al turista, programas y servicios sólo a nivel nacional.

La mayoría de las agencias internacionales ofrecen servicios de reservación y venta de pasajes aéreos nacionales e internacionales, tours dentro y fuera del país, tramitaciones de documentos, reservaciones de hoteles y automóviles, asistencia y traslados desde y hacia el aeropuerto, etcétera. Las agencias operadoras están en capacidad de ofrecer servicios más especializados como ecoturismo, turismo de montaña, turismo de aventura, etcétera. Estas empresas ofrecen servicios convencionales como guías, alquiler de equipos, transporte, entre otros.

En lo referente al tamaño de las agencias de viajes, la mayoría son pequeñas y no disponen de sucursales, muy pocas son las empresas medianas o grandes que tienen sucursales en otras ciudades, entre ellas, las más importantes a nivel nacional son: Metropolitan Touring,

Ecuadorian Touring, Delgado Travel, Klein Tour, Seitur. De igual manera la distribución de agencias por provincias, refleja una gran concentración en aquellas que poseen aeropuertos internacionales, abarcando más del 75% del total de agencias del país.

2.3.1.3. Líneas Aéreas

El transporte aéreo ha llegado a ser, en estos últimos años, la principal vía de llegada para los turistas extranjeros que visitan Ecuador. La causa principal del incremento de llegada de turistas por vías aéreas es la política de cielos abiertos para la región andina, concediendo diferentes derechos a las líneas subregionales de transporte aéreo internacional como: volar a través del territorio de la subregión, aterrizar en cualquier país del acuerdo, desembarcar o embarcar en un país, pasajeros, carga y correo que han sido embarcados o que son destinados desde o hacia cualquier país miembro, entre otras facilidades.

Esta política ha permitido incrementar el número de líneas aéreas que operan en el país, lo cual se puede observar en el siguiente cuadro.

Cuadro 2
Líneas Aéreas que operan en Ecuador
Año 1994
(En número de Compañías)

	<u>Regular</u>	<u>No Regular</u>	<u>Con Ofic. Venta</u>
Nacionales	5	24	
Internacionales	18	3	10

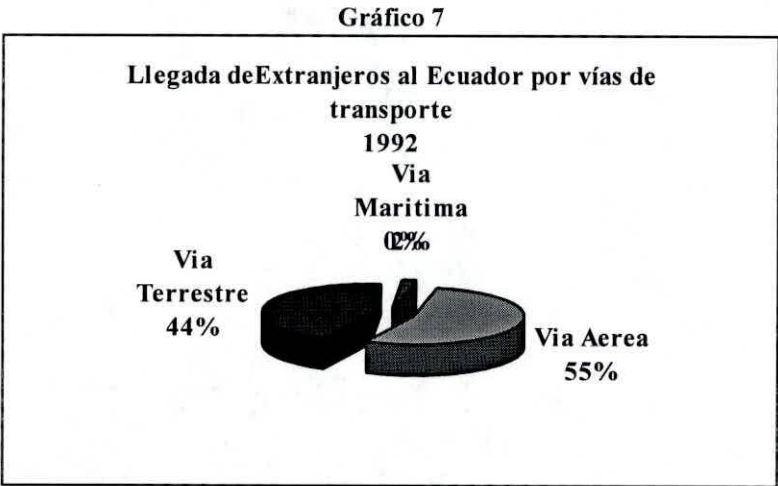
Fuente : Dirección de Aviación Civil
Elaboración : Xavier Guzmán

Cabe destacar que la infraestructura actual de los aeropuertos no se ajustan a los parámetros internacionales, por lo que se hace necesario la coordinación entre la empresa privada y el

gobierno para la mejora de los mismos o la edificación de nuevos aeropuertos que permitan incrementar las rutas y frecuencias.

2.3.1.4. Otros Medios de Transporte

La vía aérea no es la única forma de ingreso al país, muchos prefieren realizarlo desde vías terrestres o marítimas, sin embargo la participación de estos medios es inferior respecto a la vía aérea.



Fuente : Estadística de Migración Nacional, 1994
Elaboración : Xavier Guzmán

El mayor flujo vehicular se da en las fronteras, movilizándose aproximadamente más de 8 millones desde y hacia Colombia y más de 6 millones desde y hacia Perú.

Por su parte el turismo fluvial y marítimo es limitado y se desarrolla especialmente en las zonas Insulares y Oriental.

2.3.2. Atractivos turísticos

En junio de 1993, el ministerio de Información y Turismo presentó el mapa de estructuración turística del Ecuador, el que contiene un inventario de 980 atractivos turísticos divididos en las siguientes categorías:

Cuadro 3

<u>Tipo de Zona</u>	<u>Areas Comprendidas</u>
Interés Consolidado	Norte del país y cordón del río Napo
Interés declarado	Valles del río Paute y Gualaceo
En proceso de Consolidación	Loja e Imbabura
Interés Fronterizo	Norte de Tulcán, Prov. de Carchi, Sur de Huaquillas
Núcleos de Interés	Santo Domingo, Guayaquil, Macas, Cuenca, Macará, Loja, Zaruma, Saraguro, entre otros
Costera de Reserva Turística	Muisne, Súa, Manta, Puerto Cayo, La Libertad, Bahía de Caráquez, Puerto López, Crucita, Playas, Jambelí, etc.
Parques Nacionales	Galápagos, Sangay, Cotopaxi, Machalilla, Yasuní, Podocarpus
Reservas Ecológicas	Cayambe-Coca, Cotacachi-Cayapas, Manglares de Churute
Reservas Faunísticas	Cuyabeno y Chimborazo
Areas recreativas	Cajas y Boliche
Reserva Geobotánica	Cráter de Pululahua
Reserva Biológica	Limoncocha
Reserva Forestal	Comuna de Awa
Bosque Protector	Mindo, Nambillo, Pasococha, Puyango y Kutuku

Más del 56% de los sitios señalados son áreas naturales. Al registro detallado hay que añadir los corredores turísticos que son las vías terrestres y fluviales que conectan centros de interés para la actividad.

El Ecuador posee una singular diversidad étnica, geográfica y cultural que puede ser conocida en tramos relativamente cortos de distancia y tiempo. De hecho Ecuador registró un mayor reconocimiento en la Bolsa Internacional de Turismo de 1993, en la Feria de Berlín.

2.3.2.1. Areas Naturales

La tendencia mundial en el turismo es hacia la valoración y acercamiento del hombre a la naturaleza (Ecoturismo). Asimismo ha tomado importancia un turismo de tipo científico, cultural y de aventura. En este contexto, Ecuador ha tomado interés por desarrollar este tipo de turismo considerando que poseemos el 56% de atractivos en zonas naturales y el 14% se encuentran protegidas.

Las diferentes regiones y climas permiten que existan en el país distintas clases de faunas y floras. La flora en nuestro territorio es del 10% del total mundial y existen más de 25.000 especies. La fauna ecuatoriana tiene 3.800 vertebrados, 1.550 especies de aves, 320 mamíferos, 350 reptiles, 375 anfibios, 800 variedades de peces de río, unas 450 especies marinas y más de un millón de especies de insectos.(*CETUR*, 1993)

Del total de turistas un 23% buscan visitar áreas protegidas y naturales, este porcentaje ha venido incrementándose durante los últimos cinco años.(*CETUR*, 1993)

2.3.2.2. Otros Atractivos Turísticos

Las cualidades que hacen a un país atractivamente turístico, son ante todo, sus paisajes y la facilidad de conocerlos a corto tiempo, pero además son los tesoros de arte colonial y el colorido de los diversos grupos humanos con sus costumbres y tradiciones.

Otra atracción turística es la gran variedad de museos y galerías de arte, ubicados especialmente en Quito. Son 23 museos en la capital, 7 en Cuenca y 8 en Guayaquil.

2.4. DEMANDA

2.4.1. Turismo Interno

El flujo de pasajeros en las rutas de Guayaquil a Quito y viceversa, representa el 54% del movimiento de pasajeros transportados por vía aérea a nivel nacional, seguidas por rutas a Cuenca y Galápagos.(CFN, 1993)

Cuadro 4

Pasajeros Transportados por las principales rutas aéreas del país
Año 1992

DE/A	UIO	GYE	CUE	TCN	LJA	EMR	MAN	PTO	GPS
QUITO		394348	73690	12531	20049	22146	26238	20093	36257
GQUIL	385802		13850		3804	420	1478	871	28883
CUENCA	68699	14001							
TULCAN	13609								
LOJA	17382	4465							
ESMER.	22162	513					136		
MANTA	25655	995				122		164	
PORTO	20865	489					208		
GALAP.	36223	28140							
TOTAL	631959	451806	87540	12531	23853	22843	29396	21666	65140

Fuente : Dirección de Aviación Civil / Cuentas Nacionales No. 16-1993 BCE

Elaboración : Xavier Guzmán

Sin embargo, en agosto de 1993 CETUR realizó una encuesta para establecer las principales variables del comportamiento de pasajeros residentes en el Ecuador que se movilizan en el país por vía aérea y entre los principales resultados se determinó que el 63% se desplazan por motivos de negocio/trabajo, especialmente de lunes a viernes, seguido por vacaciones con un 20%. En concordancia con el punto anterior, se destaca que la ciudad de residencia habitual de los ciudadanos ecuatorianos transportados en vuelos domésticos fueron fundamentalmente Quito (53%) y Guayaquil (30%), seguidos en menor proporción por Cuenca (4.8%), Machala (1.9%), Portoviejo (1.5%) y Manta (1.2%)

2.4.2. Turismo Interno a las Areas Naturales del Ecuador

Del total de turistas nacionales que visitaron áreas naturales, el 93% se concentraron en los parques Cotopaxi y Galápagos, la reserva ecológica Cotacachi-Cayapas y el área de recreación Boliche. En general un 74% de visitantes fueron ecuatorianos, a excepción de Galápagos donde el 62% eran extranjeros.

2.4.3. Turismo Receptivo

En 1992 Ecuador captó el 18% del flujo turístico dentro del Grupo Andino respecto al 39% de Colombia, 24% de Venezuela, 10% de Bolivia y 9% de Perú.

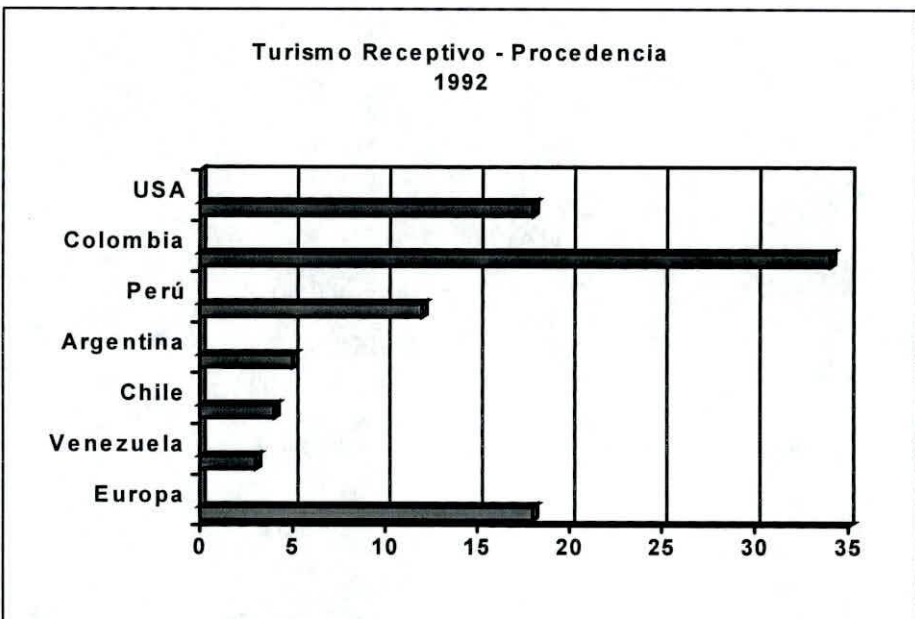
A modo referencial la OMT estima que más de 420 millones de turistas llegaron al Ecuador durante 1992. A continuación tenemos un cuadro con las principales procedencias de turistas.

En el

La temporadas turísticas altas en el Ecuador se dan en dos épocas del año: de julio a agosto y de diciembre a enero, que abarcan el 42% del flujo turístico anual. Un gran número de turistas ingresan por Quito (37%) y Tulcán (34%), en tanto que por Guayaquil (17%) y Huaquillas (9%) se registran menos ingresos de turistas.

De acuerdo a los Anuarios del INEC, en 1992 el 64% de turistas extranjeros estuvieron comprendidos entre las edades de 20 a 49 años entre los cuales el 38% fueron mujeres. Para CETUR, por vía aérea ingresan desde Estados Unidos un 44%, de Europa un 35% y Colombia 5% del total de extranjeros.

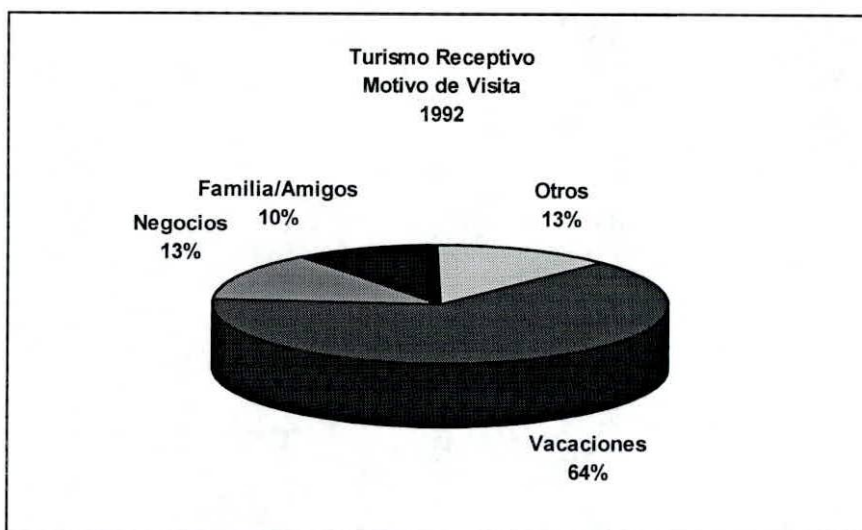
Gráfico 8



Fuente : CETUR
Elaboración : Xavier Guzmán

En el gráfico a continuación podemos ver el porcentaje del motivo de visitas de los extranjeros.

Gráfico 9



Fuente : CETUR, 1993
Elaboración : Xavier Guzmán

De esto se desprende que el motivo principal son las vacaciones, y el tiempo de estadía es alto (entre 23 y 30 días).

Sin embargo, el Ecuador sigue siendo un país no muy costoso para el turista extranjero. Cerca del 15% de los entrevistados por CETUR manifestaron haber visitado el país por este motivo, de hecho, cerca del 41% de los visitantes gastaron menos de \$50 diarios por persona.

Quito fue el lugar turístico más visitado por el extranjero, sus diferentes atractivos contribuyeron a que el 85% de los turistas hagan su centro de operaciones en la capital, un 44% visitó Guayaquil, Otavalo 38%, Cuenca 31% y Galápagos con el 30%.

Cuadro 5

Turismo Receptivo - Via Aérea
Principales Sitios Turísticos Visitados

<u>Lugares</u>	<u>Participación (%)</u>
Quito	85.07
Guayaquil	43.88
Otavaló	38.06
Cuenca	31.12
Galápagos	29.85
Baños	28.66
Amazonía	28.13
Ambato	18.43
Riobamba	17.61
Ibarra	16.12
Esmeraldas	14.25
Manabí	9.03

Fuente : CETUR Investigaciones de Participación Turística 1993

Elaboración : Xavier Guzmán

Los aspectos que motivaron su visita al país fueron las bellezas naturales y las actividades de ecoturismo, aventura y turismo cultural. El 71% de turistas extranjeros utilizó alojamiento hotelero mientras el 22% permaneció donde familiares o amigos.

El turismo en el Ecuador tiene un gran futuro, porque tenemos los destinos, las riquezas naturales, un sector empresarial muy profesional y responsable. En este aspecto pocos países, como el Ecuador, pueden presentar recursos extraordinarios, comenzando por su localización geográfica y el goce de diferentes tipos de clima, a pocos kilómetros de una región a otra. El Ecuador posee 260 lugares y 877 atracciones turísticas, de los cuales el 56% corresponde a sitios naturales mientras que, el 32% restante son recursos de tipo socioculturales que incluyen manifestaciones culturales, religiosas, artesanías y arquitectura precolombina...Todos estos destinos están subutilizados, pues falta una política de

GUAYAQUIL COMO CENTRO TURISTICO

Luego de haber realizado un análisis general sobre el concepto de turismo a nivel mundial y un breve análisis del mismo en la Economía ecuatoriana, se procederá a realizar un análisis y una planificación estratégica para la ciudad de Guayaquil.

3.1. HISTORIA TURISTICA DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Guayaquil tiene una historia profunda, no sólo por haber sido uno de los principales puertos en la costa del Pacífico, sino por su notable participación en el nacimiento y desarrollo de la República; sin embargo haremos énfasis en aspectos netamente turísticos.

Un sector importante de Guayaquil era sin duda el Malecón y los esteros que cruzaban por la ciudad, convirtiéndola en fresca y romántica.

Según relatos de personas nacidas entre 1940 y 1950, Guayaquil contaba con el American Park (Donde hoy se ubica el Parque Guayaquil y el Puente 5 de Junio), un lugar de atracción donde los jóvenes, mayores y turistas nacionales o extranjeros pasaban momentos amenos escuchando las famosas retretas de las bandas de pueblo (Policía Nacional, Metropolitana, Comisión de Tránsito o de Colegios), nadando libremente en el estero, o dando paseos relajantes en botes. Este era el lugar de reunión favorita para todas las personas.

Otros relatos y lecturas del Guayaquil de hace 30 años, nos enseñan las estampas tradicionales de la ciudad: el panadero de la tarde, los afiladores de cuchillo, los carboneros, los vendedores de fruta de pan o la forma tan romántica como los jóvenes galanteaban a las simpáticas guayaquileñas. Durante esos años, era impresionante observar como los

exportadores de café y cacao secaban los mismos en las aceras cercanas al Malecón o por la calle Panamá (Pichincha). (*Paratodos El Universo*, 1994)

Otras tradiciones guayaquileñas se centran en aspectos de tipo religioso, especialmente durante la semana mayor o santa, los días de los fieles difuntos y las fiestas octubrinas.

Es necesario indicar que las Iglesias de la época, fueron reconstrucciones de aquellas devastadas por el gran incendio del 4 de octubre de 1896. Destacamos sin embargo que, a pesar de aquel flagelo, las iglesias siguen conservando sus aspectos coloniales, lo que las convierte en un gran patrimonio cultural e histórico.

Los parques también eran considerados sitios de recreación de las familias guayaquileñas y de aquéllos que gustaban de visitar nuestra ciudad, entre ellos se destacaban el Seminario, Centenario, Juan Montalvo y San Francisco. El punto más representativo de la historia guayaquileña es, sin duda, el barrio Las Peñas, donde no sólo vivieron aquellos quienes hicieron crecer la ciudad, sino grandes artistas y que como recuerdo del aguerrido pueblo guayaquileño, conserva aún parte del fortín que nos defendió contra los ataques piratas.

Una obra que despertó gran atención durante estas décadas, fue la construcción del Puente de la Unidad Nacional, que conecta a Guayaquil con el Austro y la Zona Norte del país, la construcción e inauguración de esta obra fue un hecho histórico muy recordado por guayaquileños de la época.

Todos estos acontecimientos se dan mientras el Ecuador era un país eminentemente agrícola y la era de la locura petrolera no empezaría sino entre 1970 y 1972, lo que contribuyó a cambiar la imagen no sólo del país sino de muchas ciudades, entre ellas Guayaquil, generando diferencias sociales y económicas, pues una mala política

administrativa, tanto seccional como nacional, permitió el asentamiento de cinturones de pobreza en las partes sur y norte de la ciudad, ocasionando la destrucción de lugares naturales, especialmente esteros.

Por otro lado, tenemos el desmesurado y poco controlado crecimiento industrial de la ciudad, cuyos desechos en su mayoría fueron depositados en el estero, destruyendo así este patrimonio natural.

El movimiento migratorio causó el crecimiento de la delincuencia y mendicidad ubicándose éstos en parques y lugares céntricos de la ciudad, deteriorando la imagen apacible y eliminando aquellas costumbres de años anteriores. Todo esto ha causado que Guayaquil pase de ser centro turístico recreacional a un centro turístico netamente comercial.

En los últimos cuatro años, la administración municipal comenzó un plan de mejoramiento y embellecimiento de la ciudad, no sólo a través de obras y adecentamiento de parques sino también promoviendo aspectos culturales de antaño, tales como la Verbena en el parque Seminario, la remodelación de edificaciones antiguas manteniendo su arquitectura y rescatando así nuestra historia. Aparte, Guayaquil aún conserva ciertas tradiciones que poco a poco se están perdiendo pero, con una buena estrategia turística podrían ser recuperadas de tal manera que se utilicen para demostrar al visitante nacional o extranjero, cómo fueron y cómo siguen siendo dichas tradiciones.

3.2. INVENTARIO TURISTICO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Para analizar el contexto turístico de Guayaquil definiremos los límites dentro de los cuales se realizará el análisis:

Sector Urbano de Guayaquil: Zona Sur, Zona Norte, Zona Este, Zona Oeste, Zona Centro

Sectores límites del Análisis: General Villamil, Base de Taura, Nobol, Salitre (Ver Mapa)

3.2.1. Aspectos generales de Guayaquil

Guayaquil, capital económica del Ecuador, está situada a orillas del río Guayas, a 3.726 metros sobre el nivel del mar. Su temperatura media oscila en 24.8 °C. Es uno de los puertos más importantes de América.

Fue fundada el 25 de Julio de 1537 por el Capitán español Francisco de Orellana. Su población es de aproximadamente 2'500.000 de habitantes.

3.2.1.1 Atractivos Turísticos

Las Peñas

Un ambiente colonial se vive en el tradicional barrio Las Peñas. En él se encuentra el Fortín de la Planchada, estratégico por sus altos muros, protegía a Guayaquil de los ataques de los piratas.

Malecón Simón Bolívar

Aquí se encuentra el Hemiciclo heroico de la Rotonda, donde se abrazan los libertadores Bolívar y San Martín.

El romanticismo por las tardes toma cuerpo en un paseo por el malecón Simón Bolívar, donde corre la brisa del hermoso Río Guayas. Si queremos disfrutar de un paseo por el río, se encuentran barcos de tipo colonial, que hacen este recorrido los días sábados y

domingos. Navegando en ellos podemos sentir la grata sensación de estar en el siglo pasado, la existencia de dichos barcos se debe a una iniciativa privada (Complejo Pedregal).

Parque Centenario

Caminando por las calles de Guayaquil nos encontramos en el centro de la Plaza del Centenario, parque tradicional de la ciudad desde 1918, en el cual se alza gallardo y magnífico el monumento a los próceres del Nueve de Octubre de 1820, que en intrépida revolución obtuvieron y mantuvieron la independencia de Guayaquil. Esta obra es del escultor español Agustín Querol.

Parque Seminario

Si queremos sentarnos en un lugar tranquilo, bajo la sombra de un gran árbol, podemos ir hasta el "Seminario", uno de los principales parques tradicionales de Guayaquil inaugurado el 24 de julio de 1880, este parque está totalmente cerrado por rejas de bronce las cuales fueron importadas especialmente de Francia. El parque mantiene hermosos árboles y plantas que dan a la ciudad un bello colorido. Además en él viven iguanas en su estado natural, las mismas que son amistosas y no hacen daño. A este parque también se lo llama "Parque Bolívar" porque en él está la estatua del Libertador, montado en su caballo.

Mirador Cerro del Carmen

Desde el mirador del Cerro del Carmen se puede apreciar totalmente a Guayaquil. En él se encuentra el gran monumento al Corazón de Jesús, obra majestuosa que forma parte de las bellezas de la ciudad. Existen otros miradores ubicados en la zonas oeste y norte de la ciudad.

3.2.1.2. Museos

Los museos son parte fundamental de Guayaquil. Guardan la esencia misma de la historia ecuatoriana y de la Provincia. Entre los principales tenemos:

Museo “Casa de la Cultura”

Contiene restos cerámicos de la cultura de la costa y sierra ecuatoriana, está ubicado en la zona central de la Ciudad.

Museo del Banco del Pacífico

Exhibe muestras arqueológicas y de arte en general. Con exposiciones mensuales de artes plásticas y pintura tanto de artistas locales como extranjeros. Se ubica en la Zona Central de la Ciudad.

Museo Antropológico del Banco Central

Exhibe muestras de arqueología, arte colonial, arte republicano y arte contemporáneo, se encuentra ubicado en la zona central de la ciudad.

Museo Histórico BAE Calderón

Ubicado en la zona sur de la ciudad, contiene exposiciones históricas de la Armada Nacional, y específicamente relacionadas con la Batalla de Jambelí.

Museo Nahim Isaías

Ubicado en la zona central, se dedica a exponer arte de tipo colonial, republicano y contemporáneo.

Museo Coronel Félix Luque Plata

Está en la Plaza Colón del Barrio de las Peñas, expone maquinarias y documentos relacionados con la vida del Cuerpo de Bomberos de Guayaquil.

Museo Municipal

Ubicado en la zona central, y remodelado por la actual administración municipal, se dedica a exponer arte de tipo colonial, republicano y contemporáneo, arqueología e Historia de la Ciudad y el país.

Museos Varios

Resaltamos que en Guayaquil, existen museos que son manejados por colegios y universidades, entre éstos destacamos el museo del Colegio Vicente Rocafuerte, el cual contiene muestras de Zoología, Paleontología, Mineralogía y Arqueología.

Otro museo es el del Colegio San José La Salle, que contiene muestras de zoología principalmente. Estos museos se utilizan en épocas escolares principalmente.

Existe un museo administrado por La ESPOL que contiene muestras de arqueología y etnología.

Planetario de la Armada

Ubicado en la Av. 25 de Julio y manejado por la Armada Ecuatoriana, posee equipos de proyecciones, donde se pueden observar representaciones y movimientos estelares, del sistema solar y eventos naturales como eclipses o cometas.

3.2.1.3 Turismo de Naturaleza

Jardín Botánico

Uno de los más hermosos lugares naturales de Guayaquil es el Jardín Botánico, inaugurado el 16 de septiembre de 1989. Está ubicado en un terreno de aproximadamente cinco hectáreas, a 60 m. sobre el nivel del mar, en las colinas denominadas Cerro Colorado, al norte de Guayaquil. Recibe mensualmente a miles de estudiantes y personas particulares, que gozan y admiran la extensa y variada vegetación. Protege una numerosa avifauna natural. El clima de la zona es tropical, las temperaturas medias son fuertes, cercanas a un promedio de 25°C y la humedad relativa se establece entre el 70 y 90%, según la época. Estas condiciones ambientales permiten una importante exhibición, en forma natural, todo el año. El principal atractivo del Jardín Botánico es el Orquidiario, en él crecen más de dos mil especies de orquídeas del Ecuador y de otros países.

Bosque Protector Cerro Blanco

Es una zona de 2.000 hectáreas en la cordillera de Chongón, provincia del Guayas. Fue declarada Bosque Protector hace dos años, convertida hoy en el primer centro de educación ambiental en el litoral. Se trata del sector denominado "Cerro Blanco". Cerro Blanco es una muestra representativa de uno de los últimos reductos del bosque seco tropical. Constituye un importante refugio y sitio de paseo de aves terrestres y marinas. Han sido detectadas y clasificadas alrededor de 160 especies, destacándose el buitre real y el papagayo de Guayaquil. Entre los mamíferos, habitan allí ardillas, perezosos, osos hormigueros, venados, tejones, cuchuchos, monos voladores, y hasta el jaguar o tigre americano.

La vegetación de Cerro Blanco, guarda guayacanes, bálsamos, tillos, amarillos, pechiches, ceibos, algarrobos, matapalos, etc. Por las noches, la neblina de Cerro Blanco favorece la supervivencia de especies de flora que requieren de humedad, como la bromelia, el musgo y la orquídea.

3.2.2. Representaciones arquitectónicas

Podemos resaltar que aún quedan ciertas bellezas arquitectónicas, entre ellas, la Casa Rosada, ubicada en Boyacá entre Urdaneta y Junín, casa que se ha mantenido fuerte ante la inclemencia del tiempo, esta es la reliquia más importante de Guayaquil porque sobre ella se ciñen leyendas e historias del Guayaquil de Antaño.

Otra obra y belleza arquitectónica son los edificios de la Gobernación y la Municipalidad, El edificio del Universo (Antiguo templo Masónico), edificio ubicado en Chimborazo y Diez de Agosto, que fue remodelado para dar paso a un centro comercial, pero manteniendo su antigua fachada.

Un edificio, en el cual se mantiene la costumbre popular de asistir a un mercado para adquirir los alimentos, es el del Mercado Sur. Su estructura de hierro se ha mantenido desde 1908, fecha de su creación.

Quizás, la muestra arquitectónica que ha representado a nuestra ciudad es el cementerio, pues contiene esculturas y mausoleos, todos influenciados por el arte italiano. A pesar de ser un lugar de reflexión y recuerdos para muchos, turísticamente se puede apreciar la belleza con la cual fue concebido.

Pero la historia no para sólo en edificaciones, tenemos el Puente Rafael Mendoza Avilés, o más conocido como de la Unidad Nacional, que permitió unir Guayaquil con la Sierra, esta obra fue realizada durante la época de los años sesenta y su historia y majestuosidad deben ser considerados dentro del aspecto turístico de la ciudad.

3.2.3. Vida nocturna

Las noches guayaquileñas son intensas, alegres, contagiosas, llenas de todo el sabor latino de su gente. Guayaquil tiene una farándula muy variada: discotecas, bares modernos de toda categoría donde se disfruta de la mejor música y una variedad de bebidas.

La música nacional puede ser apreciada en peñas, teatros o en los llamados "rincones folklóricos", los cuales tienen una gran concurrencia.

Guayaquil, una ciudad que hace de su vida nocturna algo muy internacional, pues su categoría de Puerto le ha permitido tener ese ambiente muy cotizado por el visitante que desea conocer la forma tradicional de diversión de una ciudad y de su gente.

3.2.4. Gastronomía

La cocina guayaquileña, variada y deliciosa, tiene predilección por los mariscos, cuya receta más apreciada son los cebiches, preparados con elementos comunes, pero con toques de sabor. También el pescado se prepara con variedad, aunque a menudo sean los sencillos encebollados los platos más buscados. Todo con el arroz, considerado el plato típico de la cocina costeña. Para los postres, la pródiga tierra tropical ofrece deliciosas frutas, como la famosa piña milagreña, actualmente exportada a países europeos.

La excelente cocina nacional e internacional puede ser deleitada en los mejores restaurantes de la ciudad, que brindan óptimo servicio a sus visitantes; muchos de estos restaurantes realizan festivales criollos, en los cuales se preparan platos tradicionales y se acondiciona el lugar con estampas guayaquileñas de antaño.

3.2.5. Folklore

Guayaquil es una ciudad que brinda un folklore musical muy rico. El que apreciamos en las fiestas tradicionales de la ciudad, donde grupos de danzas demuestran todo el encanto de los pasillos, pasacalles y amorfinos. Los colores que predominan en los trajes típicos guayaquileños son el blanco y el celeste, representados en la bandera de Guayaquil.

Todo el maravilloso folklore guayaquileño lo podemos disfrutar en peñas o en los principales teatros de la ciudad. El municipio de la Ciudad ha tratado de recobrar esta imagen muy nuestra creando y amenizando la Verbena Guayaquileña que se realiza durante las festividades de la fundación de la ciudad. Guayaquil siempre será una ciudad que guarda tradiciones y costumbres populares pero que deben ser transmitidas de generación en generación e incentivarla a demostrarla a sus visitantes.

3.2.6. Calendario festivo

Los guayaquileños son gente entusiasta y cada fecha conmemorativa la celebran con verdadero gozo y unión. Las principales festividades de la ciudad son:

Fundación de la Ciudad (25 de Julio)

Es celebrada con desfiles, verbenas, espectáculos, ferias, bailes, elección de las reinas y un sin número de actos que alegran este mes dedicado a Guayaquil.

Fiesta de San Jacinto (Yaguachi)

Fiesta de tipo religioso que se celebra en la población de Yaguachi con bailes populares, platos típicos y procesiones. Esta festividad se celebra el 15 y 16 de agosto de cada año.

Independencia de la Ciudad (9 de Octubre)

Se conmemora este día con desfiles y bailes en las calles y la tradicional parada militar.

Descubrimiento de América (12 de Octubre)

Día de la Raza. En esta fecha iberoamericana se realizan desfiles montubios, cada barrio organiza comidas típicas y se elige la Criolla Bonita de la ciudad. Esta fecha ha sido eliminada del calendario de festividades del país, pero las zonas del campo y barrios populares lo continúan festejando.

Fin de Año (31 de Diciembre)

Algo tradicional en la ciudad es el Concurso de Años Viejos, actualmente tradición perdida. Estos son muñecos hechos de palos, cartón o tela, que simbolizan personajes conocidos en el ámbito político, musical o popular, que son quemados a las doce de la noche, dando colorido y algarabía con el sonido de cohetes y fuegos artificiales que inundan el cielo de la ciudad, para recibir el nuevo año. Esta fiesta tradicional se vive de igual manera en el resto de las ciudades del país.

3.2.7. Lugares turísticos fuera de la zona urbana

Dentro de los límites de nuestro análisis, contamos con el balneario de General Villamil, cuyas playas extensas y apacibles son una invitación para el turista. En el lugar se aprecia el ambiente amigable de los pobladores, así como una moderna infraestructura hotelera naciente que permitirá al visitante sentirse de igual manera que en otros paraísos costeros de América.

De General Villamil, a unos 140 kilómetros se encuentran sitios arqueológicos que tienen restos de la que fue la cultura Valdivia, estas ruinas se ubican en las poblaciones de Valdivia, Chanduy, Vegas, muy cerca al Cantón Santa Elena.

En la vía Durán Tambo, se ubica la zona arqueológica de Peñón del Río, en el margen izquierdo del Río Babahoyo, contiene restos de las culturas Chorrera, Jambelí y Milagro.

Otro atractivo es Nobol, en la vía que une Guayas con la Provincia de Manabí, este sector es tradicional por haber sido la cuna de Santa Narcisa de Jesús, sus restos se veneran en la Capilla que lleva su nombre y es la manifestación religiosa más importante. También despiertan interés los platos típicos del lugar como son: humitas, maduros con queso, cuajada.

En la vía Guayaquil - Samborondón tenemos sitios turísticos como Tres Cerritos, el Hipódromo, y la playa popular de Salitre.

PLANIFICACION TURISTICA PARA GUAYAQUIL

Con un flujo de 73000 turistas que ingresaron durante 1994 por Guayaquil, se conoce que aproximadamente el 40% permanece en la Ciudad y sus alrededores por un tiempo promedio de 5 días; luego se dirigen a otros puntos del país.

Cual es la razón de este comportamiento?.. Mediante una pequeña encuesta (ver anexo 6) realizada de forma aleatoria a turistas extranjeros las repuestas fueron:

CAUSA	PORCENTAJE
No hay atractivos importantes	35.7%
Falta Seguridad	28%
No hay guías/Información disponible	20.8%
Otras causas (Sólo por negocios, visita familiar, conexión a otros lugares, por curiosidad)	15.5%

Fuente : Encuesta de Comportamiento

Elaboración : Juan José Nieto

Este pequeño análisis, nos ha llevado a concluir que falta una planificación turística en la ciudad. Muchas agencias u operadoras de turismo, prefieren realizar paquetes con destinos a otras zonas del país, especialmente la sierra, oriente y más comunmente Galápagos.

Con el fin de dar importancia a la ciudad en el aspecto turístico, se realizará una propuesta de cómo administrar este sector dentro de la ciudad; para este análisis seguiremos los siguientes procedimientos:

1. Clasificación y Distribución del Inventario Turístico
2. Valoración de los recursos turísticos
3. Análisis de la Infraestructura y comercialización turística
4. Formulación de la Estrategia

4.1 CLASIFICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL INVENTARIO TURÍSTICO

Dentro de la ciudad podemos clasificar los recursos existentes en cuatro categorías:

Categoría	Lugares
1) Sitios Naturales: Montañas, planicies, costas, lagos, esteros, ríos, grutas y cavernas, lugares de observación de fauna y flora, lugares de caza o pesca, caminos pintorescos, pueblos, parques nacionales y reservas, comunas	Río Guayas Jardín Botánico Parque Protector General Villamil (Playas) Comunas de: Valdivia, Chanduy, Vegas, Peñon del Río Nobol Vía Guayaquil - Samborondón Recinto Salitre
2) Museos y Manifestaciones Culturales: Museos, obras de arte y técnica, lugares históricos, ruinas y lugares arqueológicos, galerías de arte.	Museos: Casa Cultura Banco Pacífico Banco Central Armada (BAE Calderón) Nahim Isaías Felix Luque Plaza (Bomberos) Municipal ESPOL Colegio Vicente Rocafuerte Colegio La Salle Planetario Centro de Exposiciones y Teatro: Centro de Arte Centro Cívico

	Teatros del pueblo (Av. 9 Octubre) Teatros/Juglares Galerías de Arte
3) Folklore: Manifestaciones religiosa y creencias populares, ferias y mercados, música y danzas, artesanías y arte.	Costumbres Religiosas Costumbres Montubias (Zona rural/campo) Actividad urbana Actividad barrial Fiestas Cívicas
4) Acontecimientos Programados: Artísticos, deportivos, otros.	Actividades Deportivas Ferias Paseos Visita de Personajes (Nacionales/Extranjeros) Elecciones de Reinas de Belleza

Categoría	Número	%
1	11	24
2	25	54.2
3	5	10.9
4	5	10.9
TOTAL	46	100

Fuente : CETUR - Grupo Trabajo
Elaboración : Xavier Guzmán

Ubicados cada recurso dentro de esta categoría, se procede a jerarquizar cada uno de ellos de acuerdo al siguiente criterio.

Jerarquía I

Atractivos excepcionales a nivel internacional, capaces de motivar un importante flujo de visitantes actuales o potenciales internacionales o nacionales.

Jerarquía II

Atractivos excepcionales a nivel local, capaces de motivar un importante flujo de visitantes actuales o potenciales nacionales o extranjeros, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

Jerarquía III

Atractivo capaz de motivar corrientes turísticas regionales o locales y de crear interés a visitantes nacionales o extranjeros que han llegado a la zona por otras motivaciones turísticas.

Jerarquía IV

Atractivos capaces de motivar corrientes turísticas locales, que puedan complementar a otros de mayor jerarquía.

Tipo Jerarquía	Lugar
<i>I</i>	Jardín Botánico Bosque Protector General Villamil
<i>II</i>	Río Guayas Comunas Museo Casa Cultura Museo Banco Pacífico Museo Banco Central Costumbres Montubias Fiestas Cívicas Locales
<i>III</i>	Nobol Vía Guayaquil - Samborondón Recinto Salitre Museo Armada Museo Nahim Isaías

	Actividades urbanas Actividades barriales Fiestas cívicas (No locales) Visitas Personajes Elecciones Reinas Belleza Ferias
<i>IV</i>	Otros Museos Centro de exposiciones y teatro Actividades deportivas Paseos

Jerarquía	Número de Lugares	Porcentaje
I	3	6.5
II	13	28.3
III	15	32.6
IV	15	32.6
TOTAL	46	100

Elaboración : Xavier Guzmán, Juan José Nieto

Esta información y clasificación se ha obtenido considerando el interés de las áreas como paisaje, actividades recreativas, historia nacional o local, arquitectura popular, manifestaciones populares o costumbres y acontecimientos que permiten traer al turista como un espectador o un actor.

La clasificación busca la mejor forma de canalizar los recursos existentes para una mejor presentación de los mismos hacia el extranjero, de manera que la permanencia de los mismos sea más prolongada o cause su regreso por la necesidad de conocer la ciudad. En el anexo se describe las características consideradas para el análisis realizado.

4.2 VALORACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

Delimitados los recursos de acuerdo a categorías y jerarquías, se requiere valorarlos para poder establecer criterios que permitan formular un plan de turismo a fin de mejorar los recursos existentes, promover otras manifestaciones, incentivar localmente la necesidad de mostrar una imagen turística diferente.

Para realizar esta valoración, distribuiremos cada grupo de acuerdo a su categoría; los criterios de ponderación se pueden observar en el cuadro adjunto.

Cuadro de Criterios de Ponderación

Variable	Calificación	Ponderación*
<i>Temperatura</i>	0 Variable	0
	1 Homogénea	10
<i>Vegetación</i>	0 Inexistente	0
	1 Poca Variedad	5
	2 Variada	10
<i>Fauna</i>	0 Inexistente	0
	1 Poca Variedad	5
	2 Variada	10
<i>Insectos</i>	0 No existen	0
	1 Pocos / No molestan	5
	2 Excesivamente Molesto	10
<i>Distancia</i>	0 Muy Alejado	0
	1 Distancia Media	5
	2 Distancia Corta	10
<i>Servicios (Agua, Comunicaciones)</i>	0 No existe	0
	1 Servicio Local	5
<i>Servicios (Higiene, Alimentación)</i>	0 Falta	0
	1 Regular	5
	2 Excelente	10

* La Ponderación obedece a una calificación que se da a los lugares analizados dependiendo de su calificación (ver Anexo 9), la calificación más alta recibe una puntuación de 10, mientras que la más baja una puntuación de 0, en caso de haber calificaciones intermedias la calificación es de 5, 3 o 7 puntos.

Condiciones lugar	0 Mala presentación	0
	1 Aceptable presentación	5
	2Excelente presentación	10
Eventos/Actividades	0 Malos	0
	1 Aceptables	3
	2 Muy buenos	7
	3 Excelentes	10

Sitios Naturales

Dentro de este grupo debemos considerar:

- Temperatura del sitio
- Vegetación
- Fauna
- Insectos
- Distancia desde la zona urbana
- Servicios prestados

Los resultados obtenidos de la ponderación para sitios naturales se pueden observar en el siguiente cuadro:

Variable	Ponderación
Temperatura del Sitio	10
Vegetación	10
Fauna	5
Insectos	5
Distancia	10
Servicios Prestados: Agua Potable	5
Servicios Prestados: Comunicaciones	5
Servicios Prestados: Higiene	5
Servicios Prestados: Alimentación	5
TOTAL	60

Museos y Manifestaciones Culturales

Dentro de este grupo debemos considerar:

- Distancia desde la zona urbana
- Servicios Prestados
- Condición del lugar

Variable	Ponderación
Distancia	10
Condición de Lugar	10
Servicios Prestados: Agua Potable	10
Servicios Prestados: Comunicaciones	10
Servicios Prestados: Higiene	10
Servicios Prestados: Alimentación	5
TOTAL	55

Para el caso de Folklore y Acontecimientos programados, es difícil evaluar características relevantes de los mismos, debido a que son diversos y se dan en algunos casos cotidianamente y en otros en forma aislada, dependiendo de fechas conmemorativas o eventos programados. Bajo esta circunstancia sólo es posible evaluar estas categorías como eventos aceptables para ser conocidos por turistas.

4.3 ANÁLISIS DE LA INFRAESTRUCTURA Y COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA

Guayaquil, considerada como el primer puerto del Ecuador, ha tenido durante la década del 90 un considerable crecimiento de infraestructura hotelera, específicamente. A esto se

adiciona la creación de clubes privados dedicados especialmente a la diversión de sus socios, que pueden contribuir al incremento del flujo turístico en la ciudad, mediante programación de eventos dedicados a grupos turísticos.

En el aspecto Hotelero, Guayaquil tiene hoteles de lujo, primera, segunda y tercera categoría. Los Hoteles de lujo generalmente se usan para turistas dedicados sólo a negocios o de tránsito por la ciudad (especialmente tripulación de aeronaves extranjeras). Los hoteles de segunda, primera o tercera categoría, son utilizados por turistas nacionales o extranjeros que visitan la ciudad por su propia iniciativa.

Falta crear en la ciudad lugares de alojamiento que permitan al turista, especialmente extranjero, tener un contacto directo con las costumbres familiares u hogareñas. Este tipo de alojamiento sólo se observa en el caso de intercambios estudiantiles, pero sería una buena idea diseñar una infraestructura similar para turistas.

La transportación deja mucho que desear. Los hoteles y operadores de turismo contratan buses o automóviles para movilizar a los turistas, sin embargo debemos considerar al turista individual o que viene a la ciudad por iniciativa propia, ellos utilizan el sistema local de transportación que es en su mayoría deficiente, tanto en servicio como en seguridad.

En el caso de la comercialización, realmente ésta no se orienta hacia la ciudad, más bien vende la imagen de otras regiones del país. La propaganda turística sólo se puede observar en folletos o dentro de los hoteles o lugares de alojamiento. Muy pocas operadoras utilizan recursos como Internet, para fomentar el país y sus diversas regiones (Ecoventura).

La comercialización está manejada principalmente por el Ministerio de Turismo y La Corporación Ecuatoriana de Turismo.

No existe campañas televisivas o radiales, el único medio que vende la imagen turística y cultural de Guayaquil y otras regiones es El Universo, entidad que presta el servicio de comunicación social a través del periódico.

4.4 FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA

La información analizada, permite observar que la Ciudad cuenta con recursos que pueden ser explotados turísticamente, pero no existe institución que mire a Guayaquil como un potencial recurso turístico y las implicaciones económicas que traería localmente y nacionalmente.

Guayaquil, puede ser convertida en un centro cultural de tipo Urbano-Cultural, es decir mostrar al visitante la belleza urbana y rural de la ciudad, subdividiendo las categorías de acuerdo a la planificación que los operadores deseen orientar y en el aspecto cultural, mostrar la vivencia propia de la gente de la ciudad y sus límites, de manera que el visitante no sólo se limite a ver cosas, sino participar activamente en las actividades cotidianas.

Como se explicó en el capítulo primero, la tendencia del turismo mundial es hacia el aspecto cultural y ecológico y esto lo que debemos explotar, no sólo en las regiones de la sierra y oriente, sino en la costa y un buen ejemplo es Guayaquil.

La infraestructura y ubicación de la ciudad es una ventaja importante, pues es una conexión directa entre el Ecuador y el resto del mundo, pero principalmente la primera impresión hacia el extranjero es la ciudad.

Para formular la estrategia consideremos el análisis FODA³ de Guayaquil

³ FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

promoción profunda que procure un desarrollo nacional regionalmente equilibrado y que propenda a la conservación, conocimiento, protección y aprovechamiento de los atractivos, así como su difusión y la conservación de los recursos naturales, ecológicos y culturales, y realizar una permanente promoción en el exterior, orientada a la apertura de nuevos mercados para el turismo receptivo e inversiones internacionales.

Pese a las limitaciones existentes en el país, se han dado pequeños pasos para impulsar el turismo del Ecuador, los ejemplos están a la vista: entre 1994 y 1995 se han promocionado 20 centros turísticos a orillas de la costa en las provincias del Guayas, Manabí y El Oro, cuya inversión (aproximadamente cien mil millones de dólares), es considerable considerando que se tiene poco apoyo para operar con eficiencia.

Fortalezas	Debilidades
1. Guayaquil tiene áreas naturales que pueden ser explotadas turísticamente 2. Valioso patrimonio urbano y artístico, conservado en museos, galerías, coventos iglesias, manifestaciones arquitectónicas. 3. Diversidad cultural en la ciudad, debido a la migración, lo que la convierte en una ciudad de costumbre múltiples. 4. Los variados sitios de atracción turística pueden ser conocidos en períodos cortos de tiempo y distancia. 5. Clima estable durante todo el año 6. Empeño municipal por cambiar la imagen de la ciudad y fomentar aspectos culturales y tradiciones.	1. Ausencia de imagen turística del país y principalmente de Guayaquil, especialmente en el área de salud, desastres naturales e inseguridad. 2. Contribución turística a la economía del país muy pobre (7% del PIB), comparado con el 15% de Colombia, 23% de Perú (CFN, 1996) 3. Ausencia de una propuesta oficial sobre el sector. 4. Ausencia de mentalidad turística 5. Excesivos impuestos y trámites para el turista extranjero 6. Ausencia o mala calidad de infraestructura turística; vías y servicios de transporte, aeropuerto, sitios de información, señalización, comunicaciones, etc. 7. Falta de un estudio de mercado para instalación de establecimientos de alojamiento y alimentación 8. Ausencia de paquetes turísticos promocionales de la ciudad en las distintas épocas. 9. Excesivo número de agencias de viajes y operadores de turismo que actúan al margen de la ley o proveen deficiente servicio 10. Ausencia de oportunidades de capacitación para personal de apoyo de diferentes establecimientos turísticos 11. Diferencia de tarifas y precios para el turista nacional y extranjero.

Oportunidades	Amenazas
1. El turismo es un bien de lujo relativo. La población está dispuesta a realizar sacrificios para disfrutarlo 2. Los países desarrollados tienen interés por turismo ecológico, científico y cultural del cual dispone el país y especialmente Guayaquil. 3. Los sitios de atracción turística de la Ciudad se ubican dentro de la zona urbana y hacia los límites planteados por el análisis. 4. Hay demanda del turista hacia alojamientos con características familiares que les permita mayor interacción con el entorno. 5. La generación de empleo: 1 empleo directo y 3 indirectos por cada 12 turistas. 6. Hay un creciente movimiento de residentes en el interior del país, por razones de trabajo o negocios. 7. La mayoría de los insumos utilizados son nacionales y existen centros especializados que dan al turista insumos procedentes del exterior.	1. Recesión económica mundial 2. Alta competencia internacional por captar el turismo externo 3. Irregular flujo turístico hacia el país 4. Inestabilidad social, política y económica del país 5. Débil imagen de la ciudad y del país para incentivar la inversión extranjera 6. Incremento de la contaminación ambiental en la ciudad y sus alrededores 7. Daños al ecosistema natural de la ciudad causado por la alta migración campesina a la ciudad y desarrollo de actividades masivas sin monitoreo y control 8. Aculturación de las comunidades locales 9. Paquetes turísticos cerrados que no proporcionan beneficios locales

Los objetivos específicos a lograr con esta propuesta son:

- Satisfacer el derecho al descanso recreativo y cultural
- Alcanzar racionalidad y eficiencia en el funcionamiento turístico de la ciudad
- Consolidar el papel estratégico del turismo en el desarrollo económico local
- Lograr la autonomía tecnológica, financiera y comercial del sector
- Cambiar la imagen turística de Guayaquil

Realizado este análisis previo, expondremos los pasos principales que deben realizarse dentro del plan estratégico que se pone a consideración.

4.4.1. Realización de Previsiones

4.4.1.1. Previsión de la demanda

Antes de explotar la ciudad turísticamente, debemos realizar una previsión de la demanda en base a datos históricos del flujo turístico que ha tenido la ciudad, pero principalmente analizar el grupo de turistas que permanecen más tiempo en la ciudad.

La previsión recomendada es a medio plazo (3 a 6 años), las cuales se fundamente en datos anuales y permiten proyectar una aproximación del flujo a tener en años posteriores.

Con estos datos se puede planificar paquetes turísticos y otras actividades, organizandose mejor y contribuyendo a un flujo economico estable.

4.4.1.2. Previsión de la Oferta de alojamiento

Una vez realizada la previsión de la demanda, se requiere realizar el de la oferta, con esto se observará si la infraestructura de alojamiento está de acuerdo con lo demandado o existe saturación dentro del mercado.

Debemos considerar las pernoctaciones de los turistas mediante la fórmula:

$$Pt = Tt \times Et \quad (\text{Venacio Bote, 1990, 186})$$

en donde:

Pt = Número de pernoctaciones en el tiempo t

Tt = Número de Turistas en el tiempo t

Et = Estadía promedio en el tiempo t

Conociendo el número de pernoctaciones es posible realizar una estimación de las plazas de alojamiento necesarias para cada período turístico que se programe

$$N = K \times T \times E / 31 \quad (\text{Venacio Bote, 1990, 186})$$

en donde:

N = Número de plazas

T = Número de turistas en el mes punta

E = Estadía Promedio

K = Coeficiente de corrección

La fórmula manifiesta que cuanto mayor es la estacionalidad del flujo turístico mayor será el número de plazas necesarias.

El coeficiente K corrige la imposibilidad de realizar el 100% de ocupación, incluso en los meses de mayor afluencia turística.

Calculando el volumen de plazas, se puede realizar la distribución por categorías, zonas y tipos de recursos, teniendo en cuenta la información obtenida en los estudios de demanda del mercado y los objetivos o metas fijados en el programa de ampliación o mejoramiento de la planta turística.

4.4.1.3. Identificación y Programación de meses turísticos

Es importante conocer el comportamiento turístico de las personas, Guayaquil, por ser un punto importante de ingreso, permite recojer información referente al comportamiento del flujo en el país.

Una vez determinados los mese altos y bajos de afluencia, se puede coordinar paquetes promocionales capaces de atraer la atención del visitante a conocer la ciudad.

Según CETUR, los meses de mayor movimiento turístico se dan entre Diciembre y Marzo, entre Junio y Octubre.

Durante estos períodos la visita en Guayaquil no dura más de 5 días, pues inmediatamente se movilizan a otras zonas dentro de la provincia, especialmenet hacia los balnearios.

Enfatizamos que se requiere crear paquetes que consideren esta tendencia, pero iniciando una visita por la ciudad y sitios de su alrededor, para luego continuar hacia los puntos finales.

4.4.1.4. Identificación y Definición de Programas Prioritarios

Se plantea la necesidad de definir una serie de programas y proyectos prioritarios. Dentro del plan estratégico planteado se considera de vital importancia los siguientes programas:

- Ampliación y modernización de la planta turística
- Ordenación y desarrollo del sector urbano y suburbano
- Promoción y Comercialización
- Formación y Capacitación de recursos humanos
- Turismo Social
- Inversiones Directas
- Conservación y protección

Programa de ampliación y Modernización de la Planta Turística

Este programa tiene dos fases, el primero resolver los problemas de la planta turística existente y el otro ampliar la estructura en función de las previsiones que se realicen.

La modernización que se aconseja es para superar los estrangulamientos o problemas existentes dentro de la planta turística local, especialmente aquellos relacionados con:

- Infraestructura física
- Capacitación
- Insuficiencia de promoción y comercialización

Para lograr esto, debemos tener una acción conjunta entre el Gobierno Central, Gobierno Seccional y la empresa privada.

La participación de estos entes permitirá buscar las fuentes de financiamiento adecuadas para permitir desarrollar actividad turística en la ciudad, que luego puede ampliarse hacia otras zonas del país.

Los puntos principales que deben considerar estos programas son:

- Evaluación de Inversiones
- Previsión de la Capacitación
- Análisis y jerarquización de las zonas destinadas a turismo
- Coordinación en la preparación de eventos especiales
- Adecuación de la infraestructura de transporte
- Coordinación de un sistema de seguridad

Ordenación y Desarrollo del Sector Urbano y Suburbano

Cuando uno recorre la ciudad de Guayaquil en todos sus puntos, puede observar un comportamiento diferente en cada uno de ellos, esta diversidad de costumbres y cultura se hace atractivo hacia el turista, pero al mismo tiempo permite nacer la idea de mejorar estos barrios o sectores.

Este programa quiere incentivar la participación de los barrios, la gente y el gobierno municipal para mostrar al visitante, la forma de vida diaria de la ciudad, sus costumbres, sus festividades.

El programa va de la mano con el de modernización y ampliación, pues se requiere contar con lugares destinados a mostrar esta belleza cultural, que no ha sido explotada y que no

sólo permite incrementar turistas a Guayaquil, sino crear fuentes de trabajo en aquellas personas que directa e indirectamente participen en el evento.

Un ejemplo es la procesión del Cristo de Consuelo en la Semana Santa, este evento muestra la costumbre religiosa del pueblo guayaquileño, pero actualmente se realiza en forma desordenada y sin seguridades. Realizando una planificación adecuada, condicionando los lugares por donde circula la procesión y capacutando personal para explicar el nacimiento y causa de esta costumbre, es posible hacer partipar al turista del evento y conocer un poco más nuestras tradiciones, leyendas e historias.

Otro ejemplo es crear un lugar con edificaciones antiguas, que permitan realizar espectáculos que recuerden tradiciones antiguas de la ciudad, que represente leyendas muy variadas que existen. Se puede pedir la colaboración de las personas que actúan en los teatros de la calle o actores profesionales; no sólo atrae al extranjero, también fomenta la nacionalización de nuestras raíces.

Programa de Promoción y Comercialización

El objetivo principal de este programa es captar un volumen de visitantes, nacionales e internacionales, que permitan tener un grado de ocupación y rentabilidad de las instalaciones, tanto actuales como de nueva creación, que sean previstas en el plan.

Específicamente se debe destacar la coordinación de la política de promoción del sector público y privado y entre las distintas entidades locales, regionales y de la administración central, la realización de campañas específicas, el control y seguimiento de los gastos de inversión y concientización turística de la población residente en la ciudad.

Si bien es cierto que la promoción se centraliza hacia el país en general se debe dar énfasis a una de las ciudades y sectores. En el caso de Guayaquil, dar a conocer la belleza urbana, la riqueza cultural y folklórica de la ciudad.

En ciudades como New York, cuando el turista o visitante llega al aeropuerto, lo primero que observa son afiches que le invitan a conocer la ciudad, lugares especiales o eventos que se realizarán en fechas determinadas.

Existe adicionalmente un medio revolucionario de comunicación internacional, INTERNET, bajo la cual muchas entidades exponen ideas o promocionan sus países o productos. En Ecuador, tenemos conocimiento de que la empresa Ecoventura, que realiza turismo hacia Galápagos, tiene en este servicio una promoción de sus paquetes turísticos.

El objetivo es vender la imagen de un Guayaquil atractivo, y eliminar la idea de tener a la ciudad como un punto de conexión solamente.

Programa de Formación y Capacitación de los recursos humanos

Este es el programa principal de esta propuesta, Hace falta personal capacitado, no sólo para el manejo de los servicios, sino en el conocimiento histórico y cultural de la ciudad.

Los visitantes que permanecen en Guayaquil, se limitan a observar o leer.

Al turista le encanta escuchar historias, leyendas, ver cosas y conocer el proque de ellas.

Actualmente existen escuelas de formación turística, pero sólo una hace énfasis en historia del patrimonio cultural, el resto sólo lo orienta hacia la administración.

La capacitación ayuda a incrementar la calidad de los servicios prestados.

Los programas de capacitación deben subdividirse en categorías:

- Hotelería y turismo
- Patrimonio Cultural Local y Nacional
- Idiomas
- Actividades recreativas

La financiación y gestión del programa de formación debe ser una participación conjunta de la empresa privada y el sector público, pero permitiendo que sea la empresa privada la administradora de este recurso y canalice las necesidades dentro de cada región.

Programa de Turismo Social

El programa de turismo social que se plantea, tiene el objetivo de incorporar a las vacaciones a los grupos económicamente más débiles (Obreros, jubilados, jóvenes, estudiantes, etcétera), que encuentran dificultades de acceso a la planta turística de carácter comercial.

Esto lo que hace es crear un ambiente cultural más rico en la ciudad e incentiva la idea de turismo y participación de ellos hacia el mismo.

Las inversiones dependerán de las estrategias elegidas:

- Subsidios indirectos
- Creación de plantas turísticas específicamente para este grupo

Este programa tiene la tendencia de ser financiado por el sector público, sin embargo se recomienda que sea una participación mixta, y es más de los ingresos obtenidos por el turismo general, destinar un porcentaje para promocionar esta actividad.

En el turismo social constituye un reto la posibilidad de compaginar una gestión sin fines de lucro, con instalaciones dignas, precios reducidos y crear conciencia de los recursos que se tienen y proporcionar indirectamente las bellezas y cualidades turísticas de la ciudad o región.

Programa de Inversiones Directas

Este programa ayudará a eliminar la idea de que Guayaquil no tiene atractivos turísticos. Se debe estimular el desarrollo de zonas o áreas deprimidas.

Por ejemplo los corredores turísticos de Guayaquil (vía a Samborombón, Salitre, Comunas, Sitios Naturales), deben tener un sistema vial y servicios básicos que permitan a los moradores locales crecer y al visitante sentirse cómodo.

Quizás la mayor inversión directa que se recomienda para Guayaquil, es la creación de un Aeropuerto que permita de entrada dar la imagen de una ciudad atractiva y permitir el flujo de turistas de otros países, los que actualmente ingresan vía Quito.

El estado es el que maneja la planta turística existente, pero le destina prioridades a aquellas que considera rentables. El programa de inversión directa propuesto, quiere independizar por regiones el manejo de los recursos turísticos, que permitan conseguir los objetivos sociales, con una gestión eficaz, y en su caso, con un nivel de pérdidas soportables al inicio, para luego repuntar.

Programa de Conservación de los Recursos Naturales y Socioculturales

El turismo ha sido considerado como una razón de destrucción de recursos. Se requiere en este caso programar mantenimientos a la planta turística y crear sistemas que permitan mantener eficientemente los recursos sin que los visitantes causen daños a los mismos. Pero se debe incentivar a las personas que habitan dentro de los sectores a cuidar y mantener lo que significa para ellos ingresos y proyección de imagen.

Se recomienda programas de conservación para:

- Sitios Naturales
- Museos
- Mantenimiento de la tradición y costumbre

Estos programas se recomiendan para el nacimiento de Guayaquil como centro turístico, la municipalidad ha comenzado a promover el cuidado de la ciudad, pero debería ajustarse a este programa con la finalidad de rescatar monumentos históricos que aún existen en la ciudad, entre éstos:

- Casas construídas en el siglo pasado
- Mantenimiento de costumbres y educación de las personas
- Crear zonas barriales de tradición, como patrimonios de la ciudad y promover remodelaciones y mantenimientos.
- Diseñar y promocionar zonas para eventos culturales y sociales

Permitir manifestaciones culturales ordenadas en las zonas centrales de la ciudad

Dentro del plan estratégico, se mencionan programas que deben contemplarse para sacar adelante la imagen turística de la ciudad, para coordinar que todas las actividades mencionadas se lleven a cabo se propone la creación de una entidad reguladora, que permita desarrollar turísticamente a cada una de las regiones del país.

Actualmente la venta turística del país la realiza el CETUR en coordinación con el nuevo Ministerio de Turismo e Información, sin embargo existen deficiencias en la información que se emite al exterior sobre donde conseguir información referente al Ecuador.

En la propuesta de este nuevo ente, se ve la necesidad de una coexistencia entre las entidades públicas y privadas.

El Ministerio de Turismo seguirá con su actual estructura y regulará toda acción de promoción y canalización de recursos a cada una de las nuevas entidades a proponer.

Se propone crear una Corporación Provincial de Turismo, en reemplazo de CETUR, que manejará el desarrollo turístico de cada provincia.

La Corporación estaría conformada por los siguientes miembros:

- Un delegado por el Ministerio de Turismo e Información
- Un representante de cada Municipio o Concejo Cantonal de la Provincia
- Un representante del Consejo Provincial
- Un delegado común de las Cámaras de Comercio, Construcción, Industria
- Un delegado de las Escuelas de Turismo
- Un representante por la Asociación de Bancos
- Un representante por la Asociación de Hoteles
- Un representante de los Medios de Comunicación

La corporación tendrá entre sus funciones principales:

- Realizar previsiones de Oferta y Demanda turística
- Controlar la infraestructura turística de alojamiento y alimentación
- Establecer junto al Ministerio, la regulación de precios e impuestos
- Establecer programas de capacitación turística
- Mantener estadísticas de flujo turístico en la provincia
- Promocionar los atractivos turísticos de la provincia y sus ciudades principales.

Cada uno de los miembros propondrá planes de acción con la finalidad de sacar adelante a la provincia, esta entidad propone descentralizar el manejo del turismo, y hacer una competencia turística entre las provincias, de manera que crezca el sentimiento de cuidado y promoción e integrando todas las regiones al quehacer turístico.

De darse un despegue en cuanto a lo turístico, es de esperarse que la aportación a la generación de empleo y mejora individual de cada región aumente considerablemente, constituyéndose en una nueva y mejor fuente de ingresos para el país.

CONCLUSIONES

El trabajo presentado planteó como objetivo el demostrar como Guayaquil puede ser considerada un punto de turismo mediante la contribución que éste sector genera a la economía y el establecimiento de un plan y programas que permitan su desarrollo.

Durante el desarrollo del tema se ha logrado cumplir con estos objetivos cuya recopilación hacemos a continuación.

1. La importancia del Turismo ha sido demostrada en el hecho que la tendencia mundial incentiva su crecimiento, espeándose que sea la actividad económica más importante del mundo, siendo América Latina el área de mayor expectativas por su riqueza cultural.
2. La tendencia actual es hacia un turismo de tipo cultural, que permita el intercambio de culturas, creencias, folklore y convivencias cotidianas de una región.
3. Ecuador es un país con diversidad étnica, cultural y variedad de fauna y vegetación que lo hace muy atractivo a los ojos del turista.
4. Guayaquil debe cambiar su imagen de ciudad comercial y demostrar sus cualidades culturales y folklóricas que no han sido explotadas.
5. Se debe crear una conciencia turística de la ciudad, promoviendo sus atractivos naturales y culturales tanto al exterior como al interior del país.
6. Mejorar la infraestructura actual, mediante un plan estratégico que permita desarrollarse a la Ciudad y por lo cual pueda regarse a otras ciudades del país.

7. Establecer una entidad provincial que vele por los intereses turísticos de cada provincia y cree un ambiente de competencia turística entre cada una de las regiones, de esta forma el beneficiario es el país.
8. Finalmente se ha recomendado:
 - Campañas de promoción de la ciudad destinadas a convencer al turista de la belleza cultural y natural de la misma.
 - Campañas de capacitación de los individuos que intervienen en el sector.
 - Programas de desarrollo turístico dentro del plan estratégico para el desarrollo de la ciudad.

RECOMENDACIONES

Muy poco hay que añadir a lo ya expuesto con anterioridad en el desarrollo de éste trabajo, sin embargo vale la pena citar:

- ☞ Una mejor organización por parte de los entes gubernamentales dedicados a promover el país, descentralizando los mismos, y promocionanado a todo el país y no dedicarse sólo a una determinada región.
- ☞ Permitir la intervención de la empresa privada, en cuanto al nacimiento y cuidado de infraestructuras turísticas, pero siempre reguladas por el estado.
- ☞ Organizar campañas de concientización turística a los pobladores de una región o ciudad, mediante campañas de turismo social, que permitan conocer las bellezas de cada una de ellas y demostrando la necesidad de compartir nuestras riquezas con el visitante.
- ☞ Establecer bancos de información que permitan en el futuro desarrollar trabajos similares, con datos actualizados y permitan el desarrollo de proyectos de inversión, pues la falta de estadística relacionada con el sector dificulta enormemente su desarrollo.

ANEXO 1

Participación de Comercio y Hoteles en la Actividad Económica
(En millones de sucres de 1975)

AÑOS	PIB (1)	CREC %	COMERCIO Y HOTELES (2)	CREC %	(2)/(1)
1989	176,195	0.3	26,470	2.1	0.150
1990	181,531	3.0	27,469	3.8	0.151
1991	190,638	5.0	28,557	4.0	0.149
1992	197,436	3.6	29,420	3.0	0.149
1993	201,447	2.0	29,919	1.7	0.148
PROMEDIO		2.78		2.92	0.149

Fuente : Información Estadística del BCE, 1994
Elaboración : Xavier Guzmán R.

ANEXO 2

Participación de las principales ramas de actividad en el PIB
(En millones de sucres de 1975)

AÑOS	PIB	AGRICULTURA, CAZA, SILVICULTURA Y PESCA	PETROLEO Y MINAS	MANUFACTURA
1989	176,195	30,230	21,642	27,858
1990	181,531	32,080	21,442	28,055
1991	190,638	33,988	23,251	29,951
1992	197,436	35,154	24,599	29,989
1993	201,447	34,555	27,298	30,371

AÑOS	CONSTRUC- CION	COMERCIO Y HOTELES	SERV. FINANCIEROS	OTROS
1989	6,264	26,470	14,496	4,812
1990	5,333	27,469	14,708	7,033
1991	5,274	28,557	15,145	8,572
1992	5,256	29,420	15,495	9,291
1993	5,032	29,919	15,644	9,397

Fuente : Información Estadística del BCE, 1994

Elaboración : Xavier Guzmán R.

ANEXO 3

Ingresos por Turismo vs Exportaciones Totales 1989-1994
(En millones de US Dólares FOB)*

AÑOS	TOTAL EXPORT.	PETRO. Y DERIV.	BANANO	CAFE	CAMARON	TURISMO
1989	2353	1032	369	142	328	187
1990	2713	1258	467	104	340	188
1991	2851	1058	715	84	491	189
1992	3007	1251	647	60	525	192
1993	3061	1149	567	89	470	230
1994	3717	1185	650	350	538	252

* Estos valores tomados son provisionales debido a que continuan procesandose documentacion en el BCE.

Fuente : Información Estadística del BCE, 1995

Turismo : Tomado de Balanza de Servicios y Renta, Cta. Servicios Prestados/Viajes

Elaboración : Xavier Guzmán R.

ANEXO 4

Producción Industrial 1992

Actividad Económica	No. Establ.	%	Personal Ocupado	%	Remuneración (Millones S/.)	%	Remun Prom./M E
Manufactura	1711	51.9	126461	63.9	709936.1	64.1	467
Minería	41	1.2	3176	1.6	55427.7	5.0	1454
Comercio	946	29.6	40567	20.5	212331.7	19.2	436
Servicios	409	12.4	20564	10.4	109415.8	9.8	439
Rest- Hotel	198	6.0	7554	3.8	20653.3	1.9	228
TOTAL	3305	100.0	188322		1105663	100	

Fuente : Encuesta Anual INEC, 1993

Elaboración : G. Planeación - E. Sectoriales

Establecimientos de 10 o más empleados

ANEXO 5

Establecimientos de Comidas y Bebidas registrados en CETUR por Categoría

	1988	1990	1992
LUJO	22	27	37
PRIMERA	200	212	273
SEGUNDA	483	523	652
TERCERA	2000	2335	2793
CUARTA	725	578	540
TOTAL	3430	3675	4295

Fuente : Boletín Estadístico Turístico 1988-1992 CETUR

Elaboración : Xavier Guzmán

ANEXO 6

Encuesta de Comportamiento

Nombre :	País:
Fecha Arribo:	Tiempo Permanencia país:
Encuestador:	Fecha:

1. Cuanto tiempo piensa permanecer en Guayaquil?

____ días ____ meses ____ años

2. Tiene conexión a otras regiones del país?

____ Si ____ No

3. Su visita a Guayaquil es por:

____ Negocios ____ Vacaciones ____ Visita a Familiares ____ Aventura

4. Cree Usted que Guayaquil es una ciudad turística?

____ Si ____ No

5. Qué le falta a Guayaquil para ser atractiva, en aspecto turístico?

____ Atractivos Importantes

____ Seguridad

____ Personas capacitadas para guiar al visitante / Información y señalización

Lugar de la Encuesta : Guayaquil

Muestra : 100 extranjeros /100 Nacionales

Encuestador : Juan José Nieto

BIBLIOGRAFIA

- Acerenza, Miguel.* Administración del Turismo, De. Trillas México, 1990, 400 pp
- Alonso, Edgar.* Proyectos Turísticos, De. Trillas México, 1991, 500 pp
- Banco Central del Ecuador,* Memorias años (1985 - 1994)
- Bote, Venancio.* Planificación Económica del Turismo, Ed. Trillas México, 1990, 375 pp
- Cabanilla, Ernesto,* Estudio del turismo Receptivo Ecuatoriano y su importacia Económica, Universidad Católica de Guayaquil, 1994, 80 pp
- CETUR,* Información Estadística (1985-1993)
- Corporación Financiera Nacional,* Sector Turístico de Ecuador, 1994
- Diario El Universo,* Mundo Económico, Noviembre 1994
- Diario El Universo,* Mundo Económico, Enero 1995
- Diario El Universo,* Para Todos, Octubre - Noviembre 1994
- Diario El Universo,* Para Todos, Mayo - Diciembre 1995
- INTERNET,* Web de Información Turística y Discusión (www.tourism.com)
- Pérez, Rodolfo.* Nuestro Guayaquil Antiguo, Publicación del IESS, 1985, 290 pp