

“POSIBILIDAD DE CREAR UN CIRCUITO TURÍSTICO CON BASE EN SITIOS COMERCIALES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Albán K.; Cabrera A.¹; Carla R.²; Pincay B.³; Redwood G.⁴; Sotomayor R.⁵
^{1 2 3 4 5} Licenciatura en Turismo

Escuela Superior Politécnica del Litoral
Campus Peñas Malecón y Loja
Casilla 09-01-5863
Guayaquil, Ecuador

katalban@espol.edu.ec¹; bpincay@espol.edu.ec²; rolusoto@espol.edu.ec³;
antstcab@espol.edu.ec⁴

Introducción

Con el pasar del tiempo, el turismo de compras o shopping tour ha contribuido de forma notable al desarrollo del comercio por el enorme impacto económico que genera en cada ciudad donde se realiza este tipo de turismo.

La novedad de este circuito estaría radicada en el hecho de su existencia, ya que en la ciudad de Guayaquil y en Ecuador entero no existe un circuito de compras que incluya, lugares comerciales y novedosos, los cuales nuestra ciudad sí los tiene. Se quiere probar qué nuevas formas de turismo son aplicables en nuestra ciudad, aprovechando la realización de convenciones y negocios que se encuentran ligados a la actividad de compras, que renovarían la imagen turística de Guayaquil.

El Objetivo General del trabajo es determinar una ruta de Centros Comerciales para realizar un turismo de compras a través de aquellos centros comerciales, que ofrezcan una mayor comodidad, ventaja y mejor servicio al turista.

La hipótesis supone que los servicios que ofrecen los centros comerciales de Guayaquil pueden contribuir al diseño y operación de un circuito de compras.

Objetivos Específicos

1. Analizar los antecedentes históricos Urbanísticos de la ciudad de Guayaquil en lo que a centros comerciales se refiere, con el objetivo de determinar el progreso y la evolución del sector comercial Guayaquileño.
2. Determinar los centros comerciales, mercados artesanales, Malecones y Restaurantes que debido a los requisitos legales, comodidad, facilidad de acceso y atención al cliente son lo suficientemente atractivos para formar parte del circuito turístico en la ciudad de Guayaquil, con el fin de brindar la mejor calidad en el servicio al turista.
3. Definir el perfil del turista que utilizaría este servicio con el fin de satisfacer las necesidades que busca el turista al realizar este tipo de actividad.

Metodología

2.1. Investigación Documental

La investigación documental se realizó en medios bibliográficos, hemerográficos y multimedia.

a. Bibliográfica

Utilizamos libros del área turística para establecer el marco conceptual.

b. Hemerográfica

Consultamos revistas, periódicos, etc.; con el fin de obtener datos concretos y reales, de las aperturas o noticias de los centros comerciales tomados en cuenta para esta ruta.

c. Multimedia

Realizamos investigación en Internet en ciertas páginas como wikipedia, que según comparaciones bibliográficas sí son páginas confiables.

2.2 Trabajo de Campo

El trabajo de campo se lo realizó con materiales como entrevistas a la Lcda. Paola Gálvez, sub-secretaria del Litoral y Galápagos; Sr. Víctor Chiluíza, propietario de operadora turística “Ecuandinoplanet”; y la Ing. Saida Pazmiño coordinadora del dpto. de mercadeo de c.c. San Marino. Y encuestas en diferentes sectores tales como en los centros comerciales, la Bahía y Malecón 2000.

a. Entrevista

Esta técnica se utilizó para despejar dudas o preguntas acerca de la oferta de servicios de los centros comerciales que serán tomados en cuenta para la elaboración de la ruta propuesta, verificando e identificando la demanda de visitantes o turistas que poseen.

b. Encuesta

Esta técnica de trabajo, fue utilizada para determinar una demanda potencial, de aquellas personas que utilizarían nuestro circuito, cuanto dinero estarían dispuestas a pagar por el mismo, usando una muestra tomada de la población que incluya gente de clase alta, media y baja.

c. Cálculo de tamaño de la muestra

Se realizó para este proyecto 135 encuestas basados en el siguiente cálculo, tomado de Bigné, Font y Andreu (2000:301):

El tamaño de la muestra puede calcularse en base a una serie de fórmulas que relacionan el tamaño de la población y el error, entre otros. En el siguiente cuadro se recoge el tamaño de la muestra y los errores cometidos según el tamaño de la misma, teniendo en cuenta una fiabilidad del 95,5 por cien ($z = 2$) y basándonos en la hipótesis más desfavorable; situación en la que $p = q = 0,5$.

El cálculo de la muestra para poblaciones finitas se basa en:

$$n = \frac{z^2 \times p \times q \times N}{e^2 (N-1) + z^2 \times p \times q}$$

Mientras que para poblaciones infinitas, es decir cuando $N > 100.000$, se calcula mediante:

$$n = \frac{z^2 \times p \times q}{e^2}$$

donde:

z = porcentaje de fiabilidad

p = porcentaje de veces que se supone que ocurre un fenómeno en la población.

q = es la no ocurrencia del fenómeno ($1-p$).

e = error muestral

En el cuadro 1 se observa que a medida que aumenta el tamaño de la población, los tamaños muestrales no crecen en la misma proporción.

Oferta actual

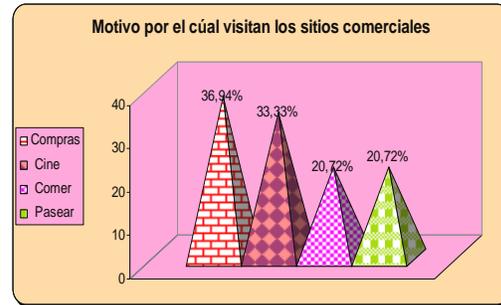
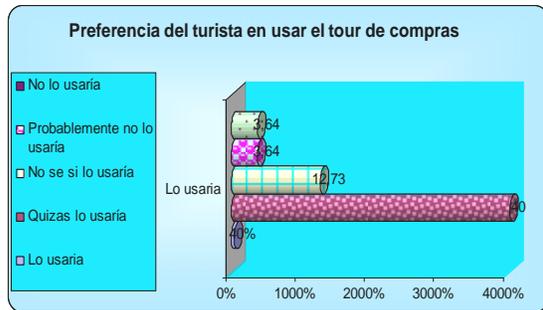
La ciudad de Guayaquil es una ciudad muy comercial, es la ciudad con más centros comerciales en la costa del Pacífico. Los centros comerciales tomados en cuenta para esta ruta son: San Marino, Mall del Sol, Bahía, Malecón 2000 y Mercado artesanal (calle Loja).

Los sitios comerciales ofrecen:

Tiendas departamentales, cadenas nacionales, franquicias internacionales, eventos y actividades, locales comerciales, atractivos turísticos y culturales, diversidad de restaurantes,

áreas de juego y recreación, fácil accesibilidad, diversidad de productos de interés general, parqueadero, salas de cine (centros comerciales), bancos, cines, etc.

Perfil del residente, turista nacional y extranjero



Fuente: Elaboración propia

Propuesta y esquema de la ruta turística de compras

Itinerario

Salida 10h00 Av. Olmedo

10h15 La Bahía

12h15 Malecón 2000

14h15 Calle Loja para llegar al Mercado Artesanal. Paramos allí y después nos desviamos por Julián Coronel, por la Calle Quito y salimos a la Av. de las Américas,

16h30 Av. Carlos Plaza Dañín para llegar al centro comercial Mall del Sol.

18h00 Av. Francisco de Orellana para realizar nuestra última parada en el centro comercial San Marino.

19H00 Regreso a la Av. Olmedo



Fig. 3: Puntos de visita propuestos

Fuente: Elaboración propia con base en el mapa turístico de la M.I. Municipalidad de Guayaquil

Como valor agregado se obsequiará al turista cupones de descuentos para los diferentes locales de los centros comerciales, además artesanías ecuatorianas y otros adicionales como cupones para comida o un sorteo de pases de cortesía para cine, etc.

Además consideramos el envío de mercadería adquirida al aeropuerto o Terminal terrestre para brindarle al turista comodidad y seguridad al momento de realizar sus compras.

Conclusiones

- Es posible crear un circuito de compras en la ciudad de Guayaquil sólo para residentes, ya que se interesaron en formar parte de esta actividad, por las variedades de centros comerciales, artesanales y malecones, sin embargo los turistas extranjeros, los cuales no se encontraron interesados, debido a que sus centros comerciales poseen mejor y mayor infraestructura, variedad en productos y servicios, además de mejores costos.
- Si el tour de compras se llevaría a cabo, la Bahía sería un punto importantísimo para potencializarlo como un producto turístico, ya que a su alrededor tenemos varios servicios, aunque aún no se encuentran debidamente organizados.
- En base a las entrevistas pudimos constatar que el Municipio tiene proyectos futuros en esa zona y que estarían dispuestos a ser parte de este proyecto.