

“Propuesta de Regeneración Turística de un Sector del Casco Urbano de Quevedo Bajo el Concepto Temático: Barrio Chino”

Nahomi Alvarez Robles
Linda Salazar Naranjo
M.Sc. Julio Gavilánes (Director)
Facultad de Ingeniería Marítima y Ciencias del Mar
Licenciatura en Turismo
Escuela Superior Politécnica del Litoral
Malecón 100 y Loja Guayaquil – Ecuador
www.espol.edu.ec

nsalvare@espol.edu.ec; lvsalaza@espol.edu.ec; julengav@espol.edu.ec

Resumen

El Cantón Quevedo se encuentra localizado en la Provincia de los Ríos; con una población aproximada de 230.000 habitantes, cuenta con ocho parroquias urbanas y dos rurales. La gran característica de esta Ciudad, es su gran dinámica comercial, su notable desarrollo agrícola y la gran numerosidad de colonos chinos. Estos últimos han dado un impulso a la economía, gastronomía y agricultura del Cantón a más de haberse dado una fusión étnica desde hace 100 años resultado de una buena aceptación por los lugareños y convivencia armónica entre ambos, encontrándose en la actualidad casi a la mitad de Quevedeños con sangre china.

Caminar por las calles de Quevedo es palpar un fuerte lazo comercial y cultural que se desarrolla a diario, pero que talvez no ha sido representado mediante un icono físico que marque el mestizaje que se ha venido dando en el transcurso de los años. Es así que nace la propuesta de este proyecto, aportando al crecimiento Turístico que es deficiente en el cantón.

Palabras Claves: Turismo Temático, Barrio Chino

Abstract

Quevedo is located in Los Rios Province, with a population of approximately 230,000 inhabitants. It has eight rural and two urban parishes. The great feature of this city is its high dynamics of trade, its outstanding agricultural development and the large number of Chinese settlers; the last statement gave a boost to the economy, food and agriculture. In the city have been given more than an ethnic melting for 100 years resulting from a well-accepted by the locals and harmony between them, are at present nearly half of china Quevedeños with blood.

Walking along Quevedo's streets is to taste a daily strong bond trading and cultural develops, but maybe that was not represented by an icon that marks the physical mixing that has been a rising through the years. Thus was born the proposal for this planning, contributing in order to increase the tourism that is scarce in Quevedo.

Keywords: Thematic Tourism, China Town

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de tesis permite la creación de un icono que marque la integración cultural existente en la ciudad de Quevedo, con la comunidad China.

CONTENIDO

1 Conceptos y Aspectos Generales

Quevedo se ubica geográficamente al norte de la Provincia de Los Ríos, en la zona central del Ecuador, a 1° 2'30" de latitud sur y 79° 28'30" de longitud oeste, sus límites son:

Norte: Valencia, Buena Fe y la Provincia de Cotopaxi

Sur: Mocache y Ventanas

Este: Ventanas y Quinsaloma

Oeste: El Empalme (Provincia del Guayas)

Cuentan con ocho parroquias urbanas: Siete de Octubre, San Camilo, San Cristóbal, Nicolás Infante Días, El Guayacán, 24 de Mayo, Venus del Río Quevedo y Viva Alfaro; dos rurales: San Carlos y La Esperanza.

El Cantón Quevedo cuenta principalmente con recursos agrícolas y ganaderos. La agricultura es la actividad más sobresaliente; se destacan productos tales como cacao, café, banano, arroz, caña de azúcar, palo de balsa, caucho y árboles frutales derivadas clases.

Con 1.300 millones de habitantes y un crecimiento económico sostenido de entre 8 y 10 por ciento en la última década. China existe como país desde el primer milenio antes de Cristo, contribuyendo a muchos de los más importantes descubrimientos e invenciones de la historia humana.

No es muy claro el año exacto de la presencia inicial de los chinos en la región, pero para muchos, ésta se pudo haber dado alrededor de 1920, cuando por influencia del cacao en los mercados internacionales, la cuenca del río Guayas (donde se incluye gran parte de la provincia de Los Ríos) creaba grandes expectativas y había grandes incentivos para ser poblada.

Los primeros chinos fueron procedentes de la provincia de Quantug, en China. Después de un muy largo periplo, lleno de privaciones ya que no existían relaciones diplomáticas con ese país, llegaban al Ecuador en forma clandestina. Generalmente, hacían una primera parada en el Perú, en donde algunos se quedaban, mientras otros se pasaron al Ecuador.

Nunca ha sido claro el por qué se seleccionó a Quevedo y sus alrededores como su área de

asentamiento, se ha dicho que quizás fue por el clima de la zona, el cual era similar al de su provincia (Quantug).

Según las estadísticas el 50.12% de la población total son hombres, mientras el 49.88% son mujeres; 64.072 personas del total de la población no realizan ningún tipo de actividad económica, mientras 48.390 personas del total de la población realizan algún tipo de actividad económica. El 47.3% de la población posee un nivel de instrucción primario, mientras solo el 27.8% del total de la población tiene un nivel instrucción secundario.

De 31953 viviendas particulares encuestadas en el año 2001, refleja que el 90.8% del total de viviendas cuenta con el servicio eléctrico, mientras que el 9.2 % no dispone del servicio eléctrico. El 71 % de las viviendas no dispone del servicio telefónico, mientras el 29 % si dispone de este servicio básico. Sólo 20971 viviendas se abastecen de agua a través de la red pública, mientras que el resto de familias se proveen de este servicio a través de otros medios como pozo, río o vertiente, carro repartidor y otros.

2 Características del Mercado Turístico

En este punto se analiza la demanda mediante encuestas, con el cual se espera establecer: La aceptación o negación del proyecto por parte de los encuestados y aquellas preferencias del público objetivo frente al proyecto de regeneración de un sector del casco urbano de la ciudad de Quevedo: "Barrio Chino"

Mercado objetivo y características:

Se han establecidos dos tipos de encuestas para establecer tanto las características de la población local como de aquellas personas que habitan en cantones o provincias aledañas. Teniendo de esta manera el siguiente resultado:

Perfil Comunidad Local.- Con los datos obtenidos en las encuestas se pudo obtener el perfil del visitante teniendo como resultado que nuestro público objetivo posee entre 33 y 38 años de edad, que no ha culminado con sus estudios universitarios, su estado civil es casado, que si conoce lo que es un barrio chino y que estaría dispuesto a visitarlo, su promedio de gasto es de 25 a 30 dólares.

Perfil de habitantes en cantones o provincias aledañas.- Proviene de distintos cantones tales como: Mocache, Valencia, Buena Fé, El Empalme, Guayaquil y provincia Santo Domingo de los Tsáchilas; Motivo de visita a la ciudad de Quevedo es por trabajo; Su promedio de visita es de aproximadamente entre 6 horas ó 2. Normalmente viaja con 4 ó 5 personas y que dichos viajes los realiza en familia. Conoce lo que es

un barrio chino y que estaría dispuesto a visitarlo, que su promedio de gasto es de \$35 a 40 dólares.

Se pudo establecer en ambos perfiles que el público objetivo desearía que el Barrio Chino cuente con los servicios de alimentación, comercio, medicamentos chinos, venta de artesanías chinas, cursos del idioma chino, cursos de artes marciales, danzas tradicionales chinas, y que finalmente le gustaría encontrar instituciones bancarias en dicho lugar.

Que les agradaría poder ver una plaza del horóscopo chino, una decoración alusiva a la Cultura China; y finalmente poder encontrar una plaza de eventos.

3 Estudio Técnico

Los lotes de terreno que constituyen el área seleccionada para la realización del proyecto, se encuentran ubicados en la Parroquia San Camilo del Cantón Quevedo.

Para el diseño y distribución del Barrio Chino de la Ciudad de Quevedo, se ha tomado como base la técnica del Feng Shui (significado: Viento y Agua) que es una doctrina que esta vinculada con la Historia de China. El Barrio Chino de Quevedo ha sido zonificado de la siguiente manera aquí mencionada: Ingresos, Área Comercial, Área Habitacional, Área de Eventos, Área Recreacional, Área Cultural.

Entradas.- Existen tres entradas orientadas hacia el Norte, Sur y al Este, adicionalmente la del parqueo. Las tres antes mencionadas tienen una dimensión de 400 m² cada una, contarán con arcadas y ornamentación tradicionales de la Cultura China con doble ingreso, permitiendo así tener una mayor accesibilidad al Barrio en General.

Área Comercial.- Esta zona esta compuesta por el Patio de Comidas, donde se podrán degustar de la gastronomía China aquí estarán expuestos los variados platos de los chifas mas conocidos de la ciudad, locales de comercios varios (importadoras, comisariatos, ferreterías, entre otros) y zona Bancaria. Tiene una dimensión total aproximada de 1200 m², con una capacidad de 20 locales de 25m² cada uno, anexo a éstos se encontrarán los Baños.

A esto se le suman los cinco kioscos chinos que tienen una medida de 6m² cada uno, teniendo la posibilidad de subdividirlo en tres secciones.

Área Habitacional.- Se encuentra localizada al norte del Barrio Chino, esta diseñada para el alquiler o venta de los departamentos que allí se instalen, ya sea para la comunidad China o turistas que lleguen a la ciudad que quieran estar rodeados de cultura y de un lugar seguro y ameno para habitar. En la fachada contará

con ornamentación China. Tiene una dimensión de 2000m² sumados el área de parques y jardines que tienen una medida de 492m². La zona de edificio cuenta con la capacidad de 21 departamentos en una sola planta. Como parte de esta zona se encuentran cuatro Kiosquitos chinos con las dimensiones de 6m² cada uno.

Área de Eventos.- Ubicada en el centro del Barrio Chino con una dimensión aproximada de 1200m². Esta conformada por el Ágora de eventos y en su parte posterior una replica de uno de los segmentos de la gran muralla china.

Área Recreacional.- Plaza del Zodiaco, con una dimensión aproximada de 1200 m². Tiene como característica principal el mostrar los 12 animales según el Horóscopo chino. Plaza Cultural, ubicada en el interior de la plaza del Centro que lleva el mismo nombre. Con una superficie de 800m², aquí se alza la estatua de Confucio, filósofo Chino y unas de las figuras más influyentes de la historia de China.

La Plaza de Confucio da la bienvenida por un ingreso interno al Centro Cultural. Pagodas Chinas: Localizadas dos de éstas en el Suroeste del Barrio Chino con una dimensión de 2500m² rodeada de un lago artificial. . Área Cultural, se encuentra localizada al Oeste del proyecto, tiene una dimensión aproximada de 2200 m², está comprendida por el Museo, Templo, la Escuela de Enseñanzas (Idiomas, Karate y Bailes Tradicionales) y la oficina administrativa del Barrio Chino.

Para el estudio e interpretación de los impactos ambientales de la propuesta de tesis se utilizó como método de valoración la matriz de Leopold, la misma que fue diseñada para poder evaluar cualquier tipo de proyecto en construcción, su utilidad principal es como lista de chequeo que incorpora información cualitativa sobre relaciones causa y efecto, pero también es de gran utilidad para la presentación ordenada de los resultados de la evaluación.

Según el análisis realizado en base a la matriz de Leopold se concluye que la construcción del Barrio Chino en la ciudad de Quevedo no generaría mayor impacto negativo en el sitio, dando como resultado el siguiente impacto negativo: Ruidos y vibraciones

Se podrá minimizar los impactos negativos realizando lo siguiente: Utilizando maquinaria de construcción liviana y de esta manera poder reducir el impacto negativo que producen los ruidos y vibraciones

4 Gestión y Comercialización del Proyecto

Es de gran importancia para la viabilidad del proyecto de investigación, plantearse objetivos que van a dirigir el desempeño y optimización del mismo. Tomando en

cuenta su correcta formulación, se ha programado de manera concisa y cuantificable los siguientes objetivos:

- Dar a conocer el Barrio Chino como una alternativa de visita para el turista local y nacional.
- Atraer un segmento significativo de mercado, siendo nuestro principal objetivo los visitantes de los alrededores del Cantón Quevedo y de las principales ciudades del país.
- Establecerlo como un punto de interés turístico para ser incluido en paquetes promocionales dentro de operadoras y mayoristas.
- Crear un lazo de fidelización entre visitantes y producto turístico (Barrio Chino).

Marketing Mix

Producto.- Espacio Turístico - Cultural diseñado para el disfrute de todos aquellos ciudadanos locales y nacionales que mediante la recreación puedan obtener conocimientos de la cultura china, la cual encierra una amplia gama de tradiciones y misticismos, siendo esta también una de las más difundidas en el mundo entero.

Precio.- Por ser un proyecto al servicio de la comunidad, no se puede establecer una selección y fijación de precios determinada.

Plaza.- En todos aquellos eventos nacionales y locales en los cuales se difundan los diversos atractivos turísticos con los que cuenta el país.

Promoción.- Manejar una sólida comunicación distribuida por los canales idóneos y así alcanzar a los grupos objetivos.

Herramientas de Promoción.- Se lo hará por dos niveles de comunicación como lo son: Comunicación de identidad y Comunicación con el mercado.

Comunicación de Identidad.- Se desea que el público objetivo pueda identificar este nuevo producto turístico a través de un logotipo de identidad y de esta manera poder arraigarnos en la mente de los visitantes.

Comunicación con el Mercado.-

Objetivos de publicidad: Dar a Conocer – recordar y crear fidelización

Mensaje Publicitario.- Se refiere al slogan con el que se venderá el producto, con el cual lo identificarán y se logrará una posición en la mente del público objetivo.

Medios.- Para la publicidad se han elegido los siguientes medios tomando en cuenta su alcance y costo que son las características más importantes a

considerar: periódicos, folletería, radio, Internet y publireportajes.

Relaciones Públicas.- Encargada de proyectar la imagen del Barrio Chino, considerada como una característica fundamental dentro de las herramientas de promoción. Se la aplicaría en las siguientes etapas:

Estrategias de Apertura.- Para la inauguración se invitaría a personajes destacados los cuales estarían relacionados con la temática del Proyecto, tales como: Cónsul de China en Ecuador, Presidentes de las diversas Colonias Chinas en el País, principales autoridades del gobierno local de Quevedo.

Ferias Turísticas.- En éstas se podrá encontrar los siguientes beneficios:

- Darse a conocer: Difusión de imagen y servicios que ofrece el producto
- Iniciación de una lista de contactos.
- Presentación de Novedades y Cambios.
- Analizar el mercado.

Estrategias de Compra.- Dentro de este aspecto, intervendrían dos actores importantes tales como: la Administración del Barrio Chino y los arrendatarios, con el fin de crear una alianza estratégica beneficiosa tanto para compradores vendedores y administradores, que consistiría en: por determinado valor de compra en los diversos locales comerciales el comprador tendría la opción de descuento en uno de los cursos que promoció el centro cultural (clases de mandarín, Karate, bailes tradicionales).

5. Análisis Financiero

A Continuación se procederá al análisis financiero del proyecto de tesis, para así determinar los beneficios o pérdidas en los que se puede incurrir al llevar a cabo una inversión, siendo uno de los objetivos principales el poder obtener resultados que apoyen a la toma de decisiones referente a actividades de la inversión que se desea realizar.

Comprende todos aquellos activos fijos, gastos preoperacionales y capital de trabajo necesarios para iniciar las actividades en el Barrio Chino de Quevedo. Se estima un total de \$7.015.750 en inversión de activos fijos, de los cuales \$7000000 corresponden a la construcción civil de toda la obra y \$15.750 al mobiliario y equipos.

Teniendo los siguientes valores en: Gastos Preoperacionales \$9200, Capital de Trabajo \$9.900; y teniendo un total de Inversión de \$7034.850.

Plan de financiamiento.- Siendo esta una propuesta de gran magnitud se pretende que hayan 4 diferentes tipos de inversionistas: Embajada China, Municipio de

Quevedo, Ministerio de Turismo y un préstamo bancario a una tasa del 10% anual, pagadero durante 10 años.

TABLA # 1

Desglose de Inversiones		
Embajada China	85%	\$ 5.979.622,50
Municipio de Quevedo	1%	\$ 70.348,50
Ministerio de Turismo	13%	\$ 914.530,50
Banco	1%	\$ 70.348,50
Inversión Total		\$ 7.034.850,00

Estado de Pérdidas y Ganancias.- El estado de resultado o de pérdidas y ganancias, es un documento donde se muestra detalladamente información del resultado de utilidades o pérdidas que generará el Barrio Chino dentro de los primeros de 10 años de funcionamiento.

Flujo de caja.- Basándose en el respectivo flujo de caja se puede estimar que en el séptimo año se recuperaría el valor total de la inversión.

Ingresos.- Los ingresos en esta propuesta provienen del alquiler de locales, los cursos del idioma chino y los cursos de artes marciales. Los precios del alquiler de locales y de los cursos se ajustarán de acuerdo al porcentaje de inflación estimada por el Banco Central del Ecuador, el cual es de 9.13%.

TABLA # 2

Total de Ingresos	
Año 1	\$ 1.078.800,00
Año 2	\$ 1.177.294,44
Año 3	\$ 1.284.781,42
Año 4	\$ 1.402.081,97
Año 5	\$ 1.530.092,05
Año 6	\$ 1.669.789,45
Año 7	\$ 1.822.241,23
Año 8	\$ 1.988.611,86
Año 9	\$ 2.170.172,12
Año 10	\$ 2.368.308,83

Una vez realizado los respectivos análisis financieros se puede determinar que el proyecto de tesis es rentable, pero teniendo en cuenta que el retorno de la inversión será a largo plazo debido a la magnitud inmobiliaria que necesita dicha propuesta.

TABLA # 3

VAN	\$ 97.048,79
TIR	10,33%

Conclusión

La realización de este proyecto de Tesis, expone como conclusiones las siguientes:

- Analizando la Hipótesis planteada “La Regeneración del casco urbano de Quevedo bajo el concepto temático: Barrio Chino, impulsaría la actividad Turística del Cantón debido a la influencia de esta colonia en la Ciudad y lo convertiría en un icono de vinculación y amistad entre la Sociedad Ecuatoriano- Chino”, se determina como positiva, ya que el respectivo estudio de demanda refleja una aceptación del 100% en la comunidad receptiva y un 89% en los futuros visitantes.
- Según resultados de las encuestas realizadas, nuestro target en la comunidad y perfil de visitantes se define como personas de 33 y 38 años de edad, que no ha culminado con sus estudios universitarios y de estado civil casado, que conocen de un Barrio Chino y que están dispuestos a visitarlo.
- La capacidad de Gasto en el Barrio Chino, según nuestro estudio de mercado es de \$25-30 por parte de la comunidad y de \$35-40 proveniente de los visitantes.
- El Cantón Quevedo cuenta con todo el equipamiento e Infraestructura necesaria que lo posicionan como un destino potencial capaz de ofrecer un producto de estas características (Barrio Chino).
- Por ser un proyecto innovador y único en el País, el Barrio Chino de Quevedo, será una herramienta de promoción para el Cantón y la ventana a futuras propuestas.
- El respectivo estudio Financiero nos da como resultado un retorno de inversión a largo plazo ya que es una obra inmobiliaria a gran escala y la funcionalidad de esta propuesta es a un nivel de desarrollo sociocultural.

Recomendaciones:

- Para un desarrollo óptimo y exitoso de la propuesta aquí descrita será de gran ayuda considerar lo que se expondrá a continuación:

- Establecer alianzas estratégicas con el Ministerio de Turismo, operadoras y demás entidades turísticas para manejar una promoción más eficaz y agresiva, ya que se tiene la ventaja de ser un producto único en el país.
- Elaborar una agenda cultural, en la que se tenga programados los eventos y demás actividades propuestas por la Colonia China ya que vale recalcar que esto fue uno de los puntos importantes que el estudio de demanda reflejó al realizar las encuestas (realización de shows artísticos).
- Promover el intercambio Quevedeño- Chino, afianzando las actividades que ofrece el Centro Cultural ya sea en Idioma, danza, Karate, entre otras; con escuela, colegios y universidades, ofreciendo Becas o descuentos para el aprendizaje de las mismas.
- Difundir al Barrio Chino dentro de la comunidad como sede para Eventos y demás actividades sociales que requiera un lugar agradable, con un completo equipamiento. Esto dará un ingreso adicional al Proyecto y será otra forma de vinculación entre las culturas.

- Por ser un proyecto que no represente un retorno de Inversión inmediata ni grandes beneficios económicos, ya que su finalidad es como un aporte social cultural al Cantón, será de gran ayuda que la inversión sea mancomunada, es decir que intervengan organismos públicos locales y nacionales, las respectivas Colonias Chinas en el País, Cámara de Comercio China- Ecuatoriana y consulados Chino.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Germán Correa y Patricio Rozas. *Desarrollo urbano e inversiones en infraestructura: elementos para la toma de decisiones (Naciones Unidas)*.
2. Douglas Pearce *Desarrollo Turístico, su planificación y su ubicación geográfica*, (1991)
3. Jordi Montaner, Jordi Antich y Ramón Arcarous. *Diccionario de Turismo*.
4. Altés C (1997). *Marketing y Turismo*. Editorial: Síntesis. Madrid- España.
5. Valencia Caro Jorge. *Diccionario Básico de Turismo*.
6. Venancio Bote Gómez. *Planificación Económica del Turismo 2002*.