

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**

**Facultad de Ingeniería Marítima, Ciencias Biológicas, Oceánicas y Recursos  
Naturales**



**Caso de Estudio**

**“Guayaquil frente al turista explorador urbano”**

**EXAMEN COMPLEXIVO**

**Fase Oral**

**Previa la Obtención del título de:**

**LICENCIATURA EN TURISMO**

**Presentado por:**

**JESSICA GRACIELA CARPIO ARVELAEZ**

**GUAYAQUIL-Ecuador**

**2015**

## AGRADECIMIENTO

Al alcanzar esta meta deseo expresar toda mi gratitud hacia Dios y a mis padres por siempre estar a mi lado dándome ánimos.

Te agradezco a Ti por el apoyo incondicional, por la paciencia y las palabras de aliento.

Agradezco a mis profesores por todos los conocimientos brindados tanto en las aulas como fuera de ellas. En especial a Vanessa León, Carla Ricaurte y Cinthy Veintimilla.

También agradezco a cada una de las personas que de una u otra forma me acompañaron en cada etapa de mi vida universitaria.

*Jessica Carpio Arvelaez*

## DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación se lo dedico a mi familia y a Ti, por ser la razón de mi esfuerzo diario en el alcance de mis objetivos tanto profesionales como personales.

A todos quienes siempre estuvieron ahí, cuando necesité una mano.

*Jessica Graciela Carpio Arvelaez.*

## TRIBUNAL DE EXAMEN COMPLEXIVO



---

MBA. Cinthy Veintimilla Mariño

MIEMBRO DEL TRIBUNAL



---

M.Sc. Julio Gavilanes Valle

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

# “Guayaquil frente al turista explorador urbano”

Jessica Graciela, Carpio Arvelaez.

Facultad de Ingeniería Marítima y Ciencias Biológicas, Oceánicas y Recursos Naturales  
Licenciatura en Turismo

Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)

Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral.

Apartado 09-01-5863. Guayaquil-Ecuador

[jescgcarp@espol.edu.ec](mailto:jescgcarp@espol.edu.ec)

## Resumen

La ciudad de Guayaquil conocida como la Perla del Pacífico, recibe a una gran cantidad de turistas extranjeros y nacionales que llegan atraídos por la belleza de la urbe, su exquisitez y particularidad gastronómica y la calidez de su gente. Actualmente es la segunda vía de entrada de turistas extranjeros al país, ya que gracias a su excelente ubicación geográfica y conectividad tanto aérea como terrestre permite un fácil desplazamiento a los turistas que visitan más de un destino turístico en Ecuador.

La ciudad está teniendo un gran desarrollo turístico urbano y cada vez existen más lugares de recreación y ocio, de naturaleza y deporte tales como Malecón Simón Bolívar, Malecón del Salado, Cerro Santa Ana, Parque Samanes y la Isla Santay que se encuentra ubicada muy cerca de la ciudad.

Actualmente las tendencias turísticas a nivel mundial obligan a que los destinos se especialicen, el turismo de masas se ha convertido de cierta forma en un enemigo de la sostenibilidad para los destinos, esto ha llevado al surgimiento de nuevos nichos de mercados cuya principal característica es el alto nivel de gasto turístico, en este grupo se encuentra el turista explorador urbano que es eje de este estudio.

Este estudio realiza un diagnóstico de la oferta turística de la ciudad de Guayaquil y los contrapone a las necesidades y gustos del turista explorador urbano. Además se analizó el perfil del turista de la ciudad con el fin de encontrar similitudes con el explorador urbano.

Finalmente se plantean líneas estratégicas que buscan captar este nicho de mercado para la ciudad de Guayaquil y las conclusiones de este estudio de caso.

**Palabras Claves:** *Guayaquil, turismo urbano, turista explorador urbano, ocio y recreación.*

## Abstract

Guayaquil city known as the "Perla del Pacífico", gets a lot of foreign and domestic tourists attracted for its urban beauty, exquisiteness and gastronomic particularity and the warmth of its people. It is currently the second route of entry of foreign tourists to the country and thanks to its excellent geographical location and air connectivity such as land allows easy transfer to tourists who visit more than one destination in Ecuador.

The city is having a great urban tourism development and increasing places of recreation and leisure, nature and sports, such as Malecón Simon Bolivar, Malecón del Salado, Cerro Santa Ana, Parque Samanes and Isla Santay that there is close of the city.

Currently tourism trends worldwide require an specialization of the tourism destinations, mass tourism has become in a way an enemy to sustainable tourism, this has led to the emergence of niche markets whose main characteristic is the high level of spending tourism in this group is the tourist urban explorer who is focus of this study.

This study carries out a diagnosis of the tourist offer of the city of Guayaquil and opposed to the needs and tastes of the urban explorer tourist. In addition was performed an analysis of the tourist profile of Guayaquil, in order to find similarities with the profile of urban explorer tourist.

Finally strategies that seek to capture this niche market for the city of Guayaquil and the conclusions of this case study were established.

**Keywords:** *Guayaquil, urban tourism, tourist urban explorer, leisure and recreation.*

<b>OPORTUNIDADES</b>
<b>O1.</b> Los exploradores urbanos buscan un contacto más cercano con la población (cultura local).
<b>O2.</b> El alto poder adquisitivo que tienen los exploradores urbanos.
<b>O3.</b> Tendencia al alza en viajes independientes.
<b>AMENAZAS</b>
<b>A1.</b> Muchas ciudades con ojos sobre el explorador urbano: Madrid, Barcelona, Paris, New York, etc.
<b>A2.</b> Turista explorador urbano de lujo utiliza membrecías de hoteles para alojamiento. Hotelería del Ecuador se maneja muy poco con membrecías
<b>A3.</b> Fijación por marca y moda.

Fuente: Elaboración propia

## 7. Estrategias

Como respuesta a la matriz FODA se han planteado 8 estrategias para colocar a Guayaquil entre los destinos preferidos por el segmento de turistas exploradores urbanos, las mismas que se relacionan con la matriz FODA que se presentó en la sección anterior.

<b>Estrategia</b>	<b>Relación</b>
<b>E1.</b> Promocionar a Guayaquil en Europa y Estados Unidos, lugares de origen de la mayoría de turistas exploradores urbanos y mantener las actuales estrategias de promoción y desarrollo.	O3 y A1
<b>E2.</b> Realizar eventos y ferias de jerarquía internacional.	A1 y A3
<b>E3.</b> Fortalecer las costumbres e identidad de los Guayaquileños.	F1 y O1.
<b>E4.</b> Adecuar la oferta y preparar a los actores de las diversas formas de turismo. (Turismo cultural, naturaleza,	F1, F2, F6, F7, F8, D2, D3, y A2

gastronómico, compras etc.)	
<b>E5.</b> Capacitar a personal de huecas, tiendas comerciales, entre otros.	D2 y F8
<b>E6.</b> Mejorar la seguridad en puntos críticos	D1 y A1
<b>E7.</b> Definir el tipo de turista explorador urbano, al que se van a dirigir las estrategias de promoción.	A1
<b>E8.</b> Adaptar la oferta hotelera actual e incentivar el ingreso de cadenas hoteleras de gran prestigio internacional a la ciudad.	O2, A2 y A3

Fuente: Elaboración propia

## 8. Conclusiones

Entre las principales conclusiones de este estudio podemos mencionar:

### *Conclusión 1*

**Guayaquil actualmente ya recibe turistas con características similares al “turista explorador urbano”.**

A través del análisis del perfil del turista que llega a Guayaquil y el perfil del turista explorador urbano a nivel general, se evidenció que en la actualidad Guayaquil ya está recibiendo a un tipo de turista explorador urbano, el “Buscador de lo genuino”.

La oferta turística y atractivos turísticos que tiene la ciudad han hecho que ese tipo de turista la visite.

### *Conclusión 2*

**Establecimientos de alojamiento y alimentos y bebidas de Guayaquil es de baja calidad.**

El turista explorador urbano disfruta de la gastronomía local pero esto no quiere decir que busque lugares de poca calidad. Si bien Guayaquil tiene un número óptimo de establecimientos de servicios turísticos, estos en su mayoría son de baja categoría.

Al mismo tiempo se pretende alcanzar los siguientes objetivos específicos:

- Identificar las características principales que poseen los turistas exploradores urbanos.
- Analizar el perfil del turista que actualmente recibe Guayaquil.
- Realizar una matriz FODA de la ciudad de Guayaquil.
- Proponer estrategias para captar este tipo de turistas en Guayaquil.

#### 4. Características generales y turísticas de Guayaquil

##### 4.1. Ubicación geográfica

Guayaquil, es la cabecera del cantón del mismo nombre, está situada entre los 2°3' y 2°17' de latitud sur; y los 79°59' y 79°49' de longitud oeste. El cantón Guayaquil está compuesto por 16 parroquias urbanas y 5 parroquias rurales. Localizada en la margen derecho del río Guayas, bordea al oeste con el Estero Salado y los cerros Azul y Blanco. Por el sur con el embocadura de la Puntilla de Guayaquil que llega hasta la isla Puná (M. I. Municipio de Guayaquil, 2014).

##### 4.2. Medios de acceso y transporte

A Guayaquil se puede acceder por diferentes medios tales como son vía aérea, terrestre o marítima. Por vía aérea cuenta con el Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo, es considerado como uno de los mejores de Latinoamérica y el Caribe. Ofrece vuelos internacionales y vuelos domésticos hacia los principales destinos turísticos del Ecuador (Empresa Pública Municipal de Turismo y Promoción Cívica, 2014).

La Terminal Terrestre Jaime Roldós Aguilera ofrece rutas interprovinciales e internacionales a través de 88 cooperativas que llegan a todos los rincones del Ecuador. Así mismo cuenta con un puerto marítimo al que arriban anualmente miles de turistas de diferentes nacionalidades (Diario Expreso, 2015). Dentro de la ciudad se puede transportar a través del sistema de transporte masivo Metro vía, buses y taxis.

##### 4.3. Oferta turística

Según el Catastro Nacional de establecimientos turísticos del MINTUR del año 2013, Guayaquil cuenta con establecimientos de alojamiento,

alimentación, transporte y recreación. A continuación podemos observar la distribución de los mismos.

Comidas y bebidas						
Tipo	Categoría					Total
	Lujo	1ra.	2da.	3ra.	4ta.	
Restaurantes	3	222	317	982	1356	2880
Cafetería	1	42	75	90	37	245
Bar		29	70	161		260
Fuente de soda		132	224	650		1006
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>425</b>	<b>686</b>	<b>1883</b>	<b>1393</b>	<b>4391</b>

Fuente: Elaboración propia en base a Consolidado Nacional 2013, (MINTUR).

Alojamiento						
Tipo	Categoría					Total
	Lujo	1ra.	2da.	3ra.	4ta.	
Hotel	11	16	19	14	1	61
Hotel Apartamento			2			2
Hotel Residencia		1	21	27	9	58
Hostal		8	20	22	1	51
Hostal Residencia			14	66		80
Hostería		1				1
Motel		5	4	5		14
Pensión		2	6	10		18
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>33</b>	<b>86</b>	<b>144</b>	<b>11</b>	<b>285</b>

Fuente: Elaboración propia en base a Consolidado Nacional 2013, (MINTUR).

Así mismo existen en total 99 empresas de transporte turístico que operan por vía aérea, terrestre y marítima. En la ciudad también existen un total de 112 establecimientos que realizan actividades como centros de convenciones, centros de recreación turística, recepciones y banquetes, discotecas y peñas.

##### 4.4. Descripción de Actividades Turísticas – Recreativas

En la siguiente tabla se muestran las actividades turísticas y recreativas que se pueden realizar en Guayaquil.

Actividades Turísticas – Recreativas	
Tipo	Lugares
Esparcimiento	- Cerro Santa Ana, Malecón Simón Bolívar, Malecón del salado y parques de la ciudad. - Parques acuáticos. - Paseos náuticos en el río

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Guayas y el estero Salado.</li> <li>- 11 centros comerciales.</li> <li>- Diversión nocturna en los diferentes bares y discotecas ubicados principalmente en el Cerro Santa Ana y Urdesa.</li> </ul>
Visitas culturales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 9 teatros destacan el Teatro de la Casa de la Cultura, el MACC, el Teatro José de la Cuadra.</li> <li>- 14 museos con diversas temáticas que van desde históricas hasta deportivas.</li> <li>- Galerías de arte que se ubican principalmente en el centro de la ciudad.</li> <li>- Cementerio General de Guayaquil, que posee grandes esculturas.</li> <li>- Murales y vitrales ubicados en puentes y otros sitios de la ciudad.</li> <li>- Iglesias de la ciudad.</li> </ul>
Visitas a sitios naturales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bosque protector Cerro Blanco, Jardín Botánico de Guayaquil, Parque forestal, A.N.R. Parque el Lago, y además otros sitios cercanos a la ciudad como la Isla Santay y el parque histórico</li> </ul>
Deportivas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiene espacios públicos en los que practican principalmente fútbol, soccer, básquet y vóley.</li> <li>- Cuenta con estadios, coliseos, piscinas, pistas atléticas.</li> </ul>
Asistencia a acontecimientos programados	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Centro de convenciones de Guayaquil.</li> <li>- Ferias gastronómicas. Feria del libro, Feria de arte al aire libre, etc.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia en base a (Empresa Pública Municipal de Turismo y Promoción Cívica, 2014)

#### 4.5. Perfil del turista de Guayaquil.

La ciudad de Guayaquil actualmente está llevando a cabo diferentes proyectos que buscan convertir a Guayaquil en uno de los destinos urbanos más visitados del Ecuador. Actualmente ya dispone de un perfil del turista que visita la urbe, el cual resumiremos a continuación.

<b>Perfil del turista extranjero que visita Guayaquil</b>	
<b>Motivación:</b>	Ocio y recreación
<b>Viaje planificado (tiempo de planificación):</b>	Si (2 a 7 días)
<b>Permanencia en el destino:</b>	5 días promedio
<b>Edad promedio:</b>	33 años
<b>Nacionalidad (Principalmente):</b>	54% Extranjeros (Estados Unidos )
<b>Medios de información:</b>	Internet y Aplicaciones móviles
<b>Medios de transporte:</b>	Avión (85%)
<b>Tipo de alojamiento preferido:</b>	Hoteles

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Empresa Pública Municipal de Turismo y Promoción Cívica, 2014.

En los principales atractivos es común ver a turistas extranjeros que visitan los lugares sin un guía, estas características se acoplan al explorador urbano “Buscador de lo genuino”.

#### 5. Perfil del turista explorador urbano

El hecho de que existan una variedad de ofertas de ocio en los diferentes destinos urbanos, hace que se puedan identificar diferentes perfiles de exploradores urbanos teniendo en cuenta sus intereses, motivaciones y necesidades personales al elegir un destino. Un estudio realizado por la IE Business School en el 2014, indica que el principal mercado emisor de turistas exploradores urbanos es Europa y además nos devela los 4 perfiles de los turistas exploradores urbanos.

BUSCADOR DE LO GENUINO	CONSUMIDOR MARQUISTA
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planifica su viaje.</li> <li>• Gastronomía local.</li> <li>• Costumbres y tradiciones.</li> <li>• Mercados tradicionales y artesanías.</li> <li>• Sitios de interés local.</li> <li>• Nivel adquisitivo medio-alto.</li> <li>• Utiliza el internet y redes sociales para conocer el destino.</li> <li>• No utiliza Agencias de viajes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oferta comercial.</li> <li>• Marcas de moda y productos de lujo.</li> <li>• Conoce de moda y diseño.</li> <li>• Alto poder adquisitivo.</li> </ul>
COLECCIONISTA DE EXPERIENCIAS	GOURMET DEL OCIO
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencias singulares</li> <li>• Inquietos y curiosos.</li> <li>• Alto nivel adquisitivo.</li> <li>• Elitistas en marcas y servicios.</li> <li>• Medios digitales y redes sociales.</li> <li>• Gastronomía local y tradiciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buscan lo especial y exquisito.</li> <li>• Tiene experiencia en viajes urbanos.</li> <li>• Servicio personalizado</li> <li>• Nivel adquisitivo muy alto.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de IE Business School.

Actualmente a Guayaquil ya están llegando turistas con las características de los turistas exploradores urbanos, la mayoría de ellas perfiladas al “Buscador de lo genuino”, según los datos que proporciona el Perfil del turista que llega a Guayaquil elaborado por la Empresa Municipal de turismo y promoción cívica en el 2014.

Estos llegan atraídos principalmente por la gastronomía local, la calidez de los guayaquileños y por ocio y recreación. Con relación a la gastronomía local, la municipalidad empezó a realizar en 2014 la Feria Gastronómica Internacional Raíces, que se lleva a cabo en el mes de julio, la feria se compone del Concurso de Huecas, la Copa Culinaria y el Congreso. Las huecas que participan se encuentran ubicadas en diferentes sitios de la ciudad y a diario reciben a turistas y población local.

Guayaquil cuenta con la página web de turismo “Guayaquil es mi destino” en la que los turistas disponen de guías turísticas, fotos, mapas e información de atractivos turísticos, transporte, rutas, mercados, etc. También está disponible una App móvil para los usuarios de Android e IOS.

La ciudad actualmente dispone de puntos de internet gratuito en estaciones de transporte y en algunos sitios turísticos como el Malecón Simón Bolívar y está prevista la colocación de 6000 puntos wifi en toda la ciudad.

Con el proyecto de regeneración urbana de la ciudad fueron mejorados varios mercados de la ciudad en los que se pueden encontrar artesanías como el Mercado Artesanal ubicado en la calle Loja, a pocas cuadras del malecón, o comida típica como el muy conocido Mercado Caraguay donde además se pueden encontrar mariscos frescos.

Sin lugar a dudas Guayaquil puede convertirse en un destino ideal para el turista explorador urbano.

## 6. Análisis FODA de Guayaquil.

Teniendo en cuenta el perfil del turista explorador urbano, se procedió a realizar un análisis a través de una matriz FODA que se presenta a continuación

FORTALEZAS
<p><b>F1.</b> Autenticidad y calidez de su gente</p> <p><b>F2.</b> Oferta turística optima</p> <p><b>F3.</b> Gastronomía variada</p> <p><b>F4.</b> Información turística en la web y la App Móvil Guayaquil es mi destino.</p> <p><b>F5.</b> Excelente conectividad aérea y terrestre.</p> <p><b>F6.</b> Sitios de recreación de acceso gratuito.</p> <p><b>F7.</b> Sitios de riqueza cultural singulares. Ejemplo: Cementerio General.</p> <p><b>F8.</b> Ofertas comerciales. Ejemplo: Bahía.</p>
DEBILIDADES
<p><b>D1.</b> Inseguridad en el destino.</p> <p><b>D2.</b> Escaso manejo de un segundo idioma en servicios no turísticos.</p> <p><b>D3.</b> Poca oferta de compras de lujo como relojes, joyas.</p>

<b>OPORTUNIDADES</b>
<b>O1.</b> Los exploradores urbanos buscan un contacto más cercano con la población (cultura local).
<b>O2.</b> El alto poder adquisitivo que tienen los exploradores urbanos.
<b>O3.</b> Tendencia al alza en viajes independientes.
<b>AMENAZAS</b>
<b>A1.</b> Muchas ciudades con ojos sobre el explorador urbano: Madrid, Barcelona, Paris, New York, etc.
<b>A2.</b> Turista explorador urbano de lujo utiliza membrecías de hoteles para alojamiento. Hotelería del Ecuador se maneja muy poco con membrecías
<b>A3.</b> Fijación por marca y moda.

Fuente: Elaboración propia

## 7. Estrategias

Como respuesta a la matriz FODA se han planteado 8 estrategias para colocar a Guayaquil entre los destinos preferidos por el segmento de turistas exploradores urbanos, las mismas que se relacionan con la matriz FODA que se presentó en la sección anterior.

<b>Estrategia</b>	<b>Relación</b>
<b>E1.</b> Promocionar a Guayaquil en Europa y Estados Unidos, lugares de origen de la mayoría de turistas exploradores urbanos y mantener las actuales estrategias de promoción y desarrollo.	O3 y A1
<b>E2.</b> Realizar eventos y ferias de jerarquía internacional.	A1 y A3
<b>E3.</b> Fortalecer las costumbres e identidad de los Guayaquileños.	F1 y O1.
<b>E4.</b> Adecuar la oferta y preparar a los actores de las diversas formas de turismo. (Turismo cultural, naturaleza,	F1, F2, F6, F7, F8, D2, D3, y A2

gastronómico, compras etc.)	
<b>E5.</b> Capacitar a personal de huecas, tiendas comerciales, entre otros.	D2 y F8
<b>E6.</b> Mejorar la seguridad en puntos críticos	D1 y A1
<b>E7.</b> Definir el tipo de turista explorador urbano, al que se van a dirigir las estrategias de promoción.	A1
<b>E8.</b> Adaptar la oferta hotelera actual e incentivar el ingreso de cadenas hoteleras de gran prestigio internacional a la ciudad.	O2, A2 y A3

Fuente: Elaboración propia

## 8. Conclusiones

Entre las principales conclusiones de este estudio podemos mencionar:

### *Conclusión 1*

**Guayaquil actualmente ya recibe turistas con características similares al “turista explorador urbano”.**

A través del análisis del perfil del turista que llega a Guayaquil y el perfil del turista explorador urbano a nivel general, se evidenció que en la actualidad Guayaquil ya está recibiendo a un tipo de turista explorador urbano, el “Buscador de lo genuino”.

La oferta turística y atractivos turísticos que tiene la ciudad han hecho que ese tipo de turista la visite.

### *Conclusión 2*

**Establecimientos de alojamiento y alimentos y bebidas de Guayaquil es de baja calidad.**

El turista explorador urbano disfruta de la gastronomía local pero esto no quiere decir que busque lugares de poca calidad. Si bien Guayaquil tiene un número óptimo de establecimientos de servicios turísticos, estos en su mayoría son de baja categoría.

En el área de comidas y bebidas el 74.61% de establecimientos pertenecen a 3ra y 4ta categoría, un 15.62% a 2da, apenas un 9.68% a 1ra y el 0.09% son de Lujo Esto es un problema si tenemos en cuenta que una de las motivaciones principales del turista explorador urbano es la gastronomía.

Por otra parte están los establecimientos de alojamiento estos también son en su mayoría de 3ra y 4ta categoría siendo el 55%, de 2da existen un 30% y un 15% son de Lujo y 1ra. Sin embargo existen grandes proyectos de inversión en el sector y actualmente se están construyendo hoteles de gran categoría en la ciudad.

### **Conclusión 3**

**La inseguridad de la ciudad es un factor negativo que afectaría el flujo de turistas exploradores urbanos.**

En los últimos años han ocurrido varios incidentes que han tenido como principales víctimas a turistas y han ocurrido en lugares turísticos. Hechos como estos destruyen la imagen de la ciudad y además hacen que los turistas vean al destino como un lugar inseguro.

Este problema limita mucho a los exploradores urbanos que se caracterizan por querer ir más allá de los principales atractivos turísticos del lugar que visitan y que tienden a viajar solos.

## **9. Bibliografía**

- [1] Diario Expreso. (8 de Febrero de 2015). **Guayaquil ya está en el mapa de los cruceros.** Recuperado el 12 de junio de 2015, de <http://goo.gl/xZLBKN>
- [2] Empresa Pública Municipal de Turismo y Promoción Cívica. (2014). **Guayaquil es mi destino.** Recuperado el 15 de Mayo de 2015, de: <http://goo.gl/soqe1X>
- [3] Hayllar, B., Griffin, T., & Edwards, D. (2008). **City Spaces - Tourist Places: Urban Tourism Precincts.** Routledge. (1ra. Edición)
- [4] IE Business School. (2014). **Informes.** Recuperado el 2 de Mayo de 2015, de Observatorio del Mercado Premium y de Productos de Prestigio: <http://goo.gl/Cv4o8Z>
- [5] Judd, D. R. (Agosto de 2003). **El Turismo Urbano y la Geografía de la Ciudad.** (P. U. Chile, Ed.) Regionales, 29(87).

[6] M. I. Municipio de Guayaquil. (2014). **Geografía de Guayaquil.** Recuperado el 14 de Mayo de 2015, de Municipalidad de Guayaquil: <http://goo.gl/ZK7fjL>

[7] Organización Mundial de Turismo (OMT). (1995). **Concepts, Definitions, and classifications for Tourism Statistics: a Technical Manual.** Madrid: OMT.