



TÍTULO

**ANÁLISIS DEL USO DEL
ESPACIO TURÍSTICO EN GUAYAQUIL.
ENFOQUE DE SU MODELO DE DESARROLLO TURÍSTICO**

AUTORA

Ingrid Susana Villafuerte Holguín

Esta edición electrónica ha sido realizada en 2012

Director	Manuel Marchena Gómez
Tutor	Fernando Morante Carballo
Curso	Máster: Planificación, Gestión y Desarrollo del Turismo Sostenible
©	Ingrid Susana Villafuerte Holguín
©	Para esta edición, la Universidad Internacional de Andalucía



Reconocimiento-No comercial-Sin obras derivadas

Usted es libre de:

- Copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra.

Bajo las condiciones siguientes:

- **Reconocimiento.** Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciador (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o apoyan el uso que hace de su obra).
 - **No comercial.** No puede utilizar esta obra para fines comerciales.
 - **Sin obras derivadas.** No se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de esta obra.
-
- *Al reutilizar o distribuir la obra, tiene que dejar bien claro los términos de la licencia de esta obra.*
 - *Alguna de estas condiciones puede no aplicarse si se obtiene el permiso del titular de los derechos de autor.*
 - *Nada en esta licencia menoscaba o restringe los derechos morales del autor.*

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCIA

Sede Iberoamericana Santa María de La Rábida



**"ANALISIS DEL USO DEL ESPACIO TURISTICO EN
GUAYAQUIL, ENFOQUE DE SU MODELO DE
DESARROLLO TURISTICO"**

PROYECTO DE TESIS

Previa a la obtención del Título de:

MASTER EN PLANIFICACION, GESTION Y
DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE

Presentada por:

INGRID SUSANA VILLAFUERTE HOLGUIN

Palos de la Frontera - España

2010

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCIA

Sede Iberoamericana Santa María de La Rábida



**PROYECTO DE TESIS: “ANALISIS DEL USO DEL ESPACIO
TURISTICO DE GUAYAQUIL, ENFOQUE DE SU MODELO DE
DESARROLLO TURISTICO”**

Autora:

Ingrid Susana Villafuerte Holguín

Director:

Dr. Manuel Marchena Gómez

Tutor:

Dr. Fernando Morante Carballo

AGRADECIMIENTO

A Dios ante todo, por las bendiciones otorgadas desde el inicio de este Máster, por permitir mis estudios en España y la culminación de esta tesis.

A la Universidad Internacional de Andalucía, por la beca otorgada para la realización del Máster, y todas las facilidades ofrecidas hasta la culminación del mismo. Al cuerpo docente, al personal administrativo y académico.

A mi director de Tesis, Dr. Manuel Marchena Gómez, por su acertada guía y asistencia durante el desarrollo de la misma. A mi tutor, Dr. Fernando Morante Carballo por su oportuna ayuda y consejo.

A mi familia por la paciencia y comprensión que han tenido conmigo en esta etapa. A mis amigos incondicionales, los de aquí de Ecuador, y los de la experiencia rábideña.

A mis guías profesionales por estar ahí siempre para darme apoyo y consejo.

A todos, simplemente, gracias.

RESUMEN

Se ha considerado que el turismo, concebido desde una manera ordenada y planificada, puede ser una herramienta de surgimiento económico para los países en desarrollo. Y Ecuador no es la excepción, y más particularmente como estrategia de los municipios locales para revalidar la economía de las ciudades y aprovechar la inversión en infraestructura urbana.

En el caso de la ciudad de Guayaquil, que ha invertido mucho en los últimos años en proyectos de regeneración urbana, y ordenamiento territorial, y lo continúa haciendo, ha volcado su mirada en el turismo, como una herramienta de reinserción social y económica de la población.

Es por ello que en la presente tesis se abordará el tema del desarrollo turístico de la ciudad, y se hará un análisis de su espacio turístico, y se hará un acercamiento al comportamiento de su mercado turístico. Se trata, por tanto, de un trabajo teórico que pretende sentar las bases de futuras investigaciones sobre este tema.

En la primera parte del trabajo, se ha realizado un planteamiento metodológico del trabajo, con sus objetivos, hipótesis y metodología a seguir.

En el primer capítulo, se considera necesario hacer una aproximación a la realidad actual de Guayaquil, delimitar realidad geográfica, socio demográfica, económica y de infraestructura urbana.

En el segundo capítulo se tratará el marco teórico, que enmarcará los conceptos y teorías acerca del tema de estudio, que es el espacio turístico y tipologías de turismo, y modelos de desarrollo turístico.

En el tercer capítulo, se analiza el turismo de Guayaquil, antecedentes, problemas, y soluciones generadas en materia de turismo, estrategias de productos, tipologías de turismo, estrategias de promoción, imagen turística, perfil de la demanda, principales motivaciones, tendencias, y proyecciones de la actividad turística.

En el capítulo final, se define una teoría de modelos turísticos evolutivos, de acuerdo a tres principales autores como son Miossec, Chadeud y Buttler. A partir de ello, se adentra en la definición de algunas precisiones en torno al modelo turístico de Guayaquil, se realiza las conclusiones del estudio y las recomendaciones que de él se desprenden.

INDICE GENERAL

	Pág.
CAPITULO INTRODUCTORIO.....	16
0.1 Planteamiento del Problema.....	18
0.2 Hipótesis.....	19
0.3 Objetivos Generales y específicos.....	20
0.4 Planteamiento metodológico general.....	21
0.5 Fuentes directas.....	23
0.6 Fuentes indirectas.....	24
0.7 Metodología de la investigación.....	25
0.8 Estructura de la investigación.....	25
CAPITULO I	
DESCRIPCIÓN DEL AREA DE ESTUDIO	
Introducción.....	28
1. Aspectos físicos y naturales.....	28
1.1 Ubicación.....	28
1.2 Geografía.....	28
1.3 Hidrografía.....	29
1.4 Geomorfología.....	30
1.5 Clima.....	30
1.6 Recursos Naturales.....	30
2. Aspectos culturales.....	31

2.1 Toponimia.....	31
2.2 Historia.....	32
2.3 Fiestas y folclore.....	32
3. Aspectos socioeconómicos.....	33
3.1 Población	33
3.2 División Administrativa.....	34
3.3 Economía.....	39
3.3.1 Producto interno bruto	39
3.3.2 Comercio.....	39
3.3.3 Negocio inmobiliario.....	39
3.3.4 Bolsa de valores de Guayaquil.....	40
3.3.5 Puerto Marítimo.....	41
3.3.6 Ciudad emprendedora.....	41
3.4 Infraestructura de transporte.....	42
3.4.1 Aeropuerto.....	42
3.4.2 Sistema Integrado de transporte masivo.....	42
3.4.3 Viaductos e intercambiadores de tráfico y túneles.....	43
3.4.4 Avenidas.....	43

CAPITULO II

2. MARCO TEORICO.....	45
2.1 Análisis y precisiones entorno al concepto de espacio turístico.....	46
2.2 Clases de Espacio.....	47
2.3 El Espacio Turístico.....	48
2.4 Tipos de espacios turísticos.....	51
2.5 El turismo urbano.....	53
2.5.1 Antecedentes.....	54

2.5.2 Evolución del turismo urbano.....	55
2.5.3 Distintas formas de turismo urbano.....	56
2.5.4 Las múltiples formas del turismo de recreo en ciudades.....	59
2.5.5 Factores favorables al crecimiento del turismo urbano.....	61
2.5.6 La Gestión del turismo en el espacio urbano.....	63

CAPITULO III

3. ANALISIS DE SITUACION.....	67
3.1 Antecedentes.....	67
3.2 Recursos Turísticos.....	68
3.2.1 Turismo Cultural.....	70
3.2.2 Turismo de naturaleza.....	72
3.2.3 Turismo de compras y diversión nocturna.....	73
3.2.4 Turismo de Ferias, congresos y negocios.....	73
3.2.5 Turismo deportivo.....	74
3.2.6 Turismo de parques temáticos.....	74
3.3 Oferta turística de alojamiento.....	76
3.4 Oferta turística complementaria.....	78
3.4.1 Alimentos y bebidas.....	78
3.4.2 Operadoras de turismo y agencias de viajes.....	80
3.4.3 Otros servicios.....	81
3.5 Análisis de la demanda.....	82
3.6 Agentes Públicos y Privados.....	84
3.7 Marketing y Promoción turística.....	86
3.7.1 Imagen turística actual.....	87
3.8 Perfil Actualizado del Turista en Guayaquil.....	89

CAPITULO IV

4. MODELOS DE DESARROLLO TURISTICO Y EL CASO DE GUAYAQUIL

4.1 La Teoría del Espacio Turístico.....93

4.1.1 Modelos evolutivos.....93

4.2 Guayaquil, Modelo de desarrollo urbano.....99

4.2.1 Influencia de la regeneración urbana en el desarrollo del turismo de Guayaquil.....100

4.3 Modelo turístico de Guayaquil: principales apreciaciones.....102

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....107

BIBLIOGRAFÍA.....111

INDICE DE GRAFICOS

Nº	Pág.
Gráfico 1: Llegada de extranjeros al Ecuador	17
Gráfico 2: Evolución población de Guayaquil	34
Gráfico 3: Crecimiento de viajeros a ciudades españolas	57
Gráfico 4: Motivaciones de los turistas urbano en el año 2004	58
Gráfico 5: Tipologías de turistas urbanos de España	60
Gráfico 6: Evolución de la oferta hotelera de Guayaquil	79
Gráfico 7: Distribución del sector restauración	80
Gráfico 8: Flujo turístico en Guayas	85
Gráfico 9: Nacionalidad de los turistas en Guayaquil	90
Gráfico 10: Motivación de los turistas extranjeros	91

INDICE DE TABLAS

Nº	Pág.
Tabla 1: Población de Guayaquil según parroquias	35
Tabla 2: Tipo de ciudades turísticas.	62
Tabla 3: Tipologías de turismo urbano en Guayaquil	70
Tabla 4: Clasificación de los establecimientos hoteleros	77
Tabla 5: Número de restaurantes por categoría	80
Tabla 6: Agencias de Viajes por categoría	82
Tabla 7: Transporte turístico por tipo de servicio	82
Tabla 8: Alcance geográfico de publicaciones acerca de Guayaquil.	87

INDICE DE FIGURAS

Nº	Pág.
Figura 1: Fases del proceso de investigación	22
Figura 2: Tipología de espacio físico según Boullón	49
Figura 3. Relación entre los componentes del espacio turístico	51
Figura 4: Oportunidades y Amenazas del turismo urbano	56
Figura 5: Multiformas del turismo urbano	61
Figura 6: Marca turística de Guayaquil	88
Figura 7: Modelos de desarrollo del espacio turístico de Miossec	96
Figura 8: Modelo de ciclo de vida de los destinos turísticos según Butler	99

INDICE DE MAPAS

Nº	Pág.
Mapa 1: Ubicación de Guayaquil en la cuenca baja del Guayas.	30
Mapa 2: Organización Territorial de Guayaquil por sectores	39
Mapa 3: Espacio urbano de Guayaquil en el año 1929	104

INDICE DE FOTOS

Nº		Pág.
	Foto 1: Imagen del río Guayas desde el Malecón de Guayaquil	30
	Foto 2: Turistas japoneses recorriendo el Barrio Santa Cruz, en Sevilla	64
	Foto 3: Visitantes al Malecón 2000 durante un fin de semana	102
	Foto 4: Vista del trazado urbano de Guayaquil, la ciudad lineal al río	106

INDICE DE IMAGENES

Nº	Pág.
Imagen 1: Promocional de Guayaquil turístico como “La Magia del Pacífico Sur”	89
Imagen 2: Esquema del Proyecto “Puerto Santa Ana” junto al río Guayas	105

CAPITULO INTRODUCTORIO

**PLANTEAMIENTO
METODOLOGICO**

CAPITULO INTRODUCTORIO

Debido a que en la última década se ha venido hablando muy seguido de la oportunidad que el turismo representa para el aporte al desarrollo de la economía en los países emergentes y en el caso de Ecuador no es la excepción; donde en el último lustro se ha venido manejando estrategias y planes que coadyuven al desarrollo de este importante sector de la economía ecuatoriana, es el cuarto generador de divisas del país, captó el 11% de las exportaciones no petroleras al 2008, el número de extranjeros que ingreso al país en el año 2008 fue de 1.005.297 con una tasa de crecimiento del 7.2% en relación al periodo del 2007 (Gráfico 1)

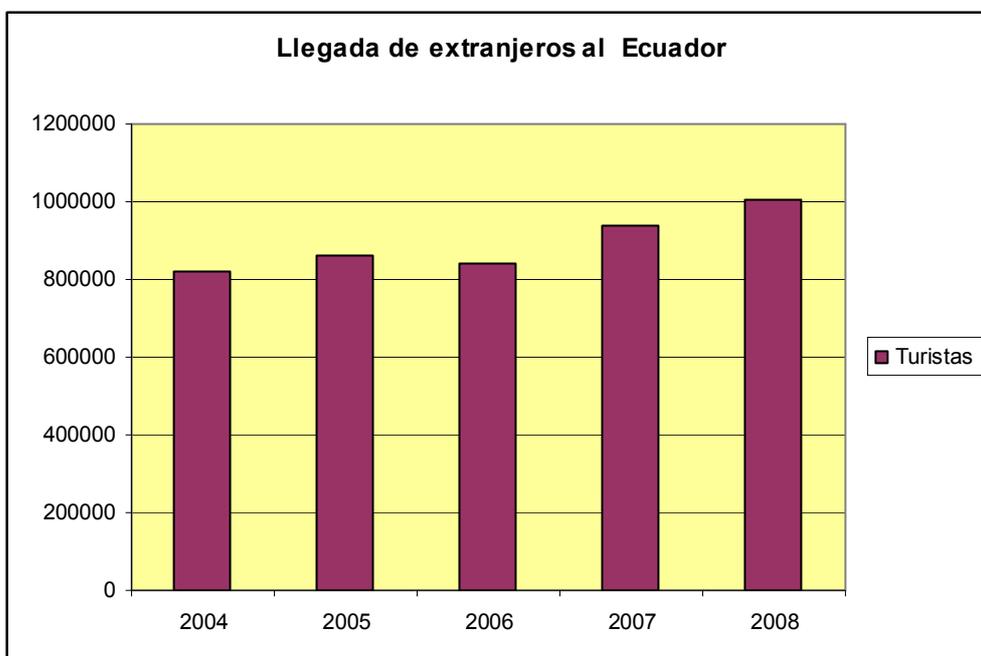


Gráfico 1: Llegada de extranjeros al Ecuador.
Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador

Si tomamos en consideración dichos datos, nos permite ver que la realidad turística del Ecuador es alentadora, teniendo en cuenta el crecimiento periódico que ha mantenido esta actividad, no solo por el incremento mismo del número de turistas si no por las rentas que representa además del número de empresas creadas y la generación de empleo. Según las cifras del Ministerio de Turismo existen 15.085 empresas registradas al 2008, de las cuales se solo entre el 2002 y 2008 se crearon

4.132 nuevas empresas. En cuanto a empleos en el 2008, 83.333 dependían directamente del turismo y 25.000 beneficiados indirectamente, dado al efecto multiplicador del turismo; teniendo un crecimiento acumulado entre el 2002 y el 2008 de un 33%.

De la región que más genera ingresos por turismo se encuentra la Región Insular, con las mundialmente conocidas Islas Galápagos, las cuales también generan un importante tráfico de turistas internacionales en el aeropuerto de Guayaquil, debido a que es la puerta de conexión entre el Ecuador continental y el archipiélago.

Y es en este punto que los gestores del turismo de Guayaquil han encontrado como ventaja para poder promocionar y crear una mejor campaña turística para Guayaquil; promocionando a Guayaquil como la puerta de entrada a Galápagos, con la creación del producto G&G Evolución, la cual busca que los turistas que visitan las Islas Galápagos pasen primero por Guayaquil, y conozcan la ciudad.

Por otra parte también se están desarrollando planes de marketing y promoción en ferias de turismo a nivel local e internacional, además de difusión del destino Guayaquil en medios internacionales, de cambiar el paradigma de que Guayaquil era una ciudad descuidada y caótica y posesionarla como un destino de negocios y turismo a partir de haber sido reconocida por la ONU como ciudad modelo de desarrollo de regeneración urbana para Latinoamérica.

En el último lustro se ha hablado de ubicar a Guayaquil como el destino turístico por excelencia en, tanto para el mercado ecuatoriano como en el internacional, por ello es menester de esta tesis realizar un análisis de cómo se lo ha venido haciendo, cuales han sido las estrategias utilizadas y especialmente si se está logrando el anhelado desarrollo turístico.

A pesar de la importancia que puede representar el sector turístico para la economía local, no existen suficientes estudios acerca de la realidad turística de Guayaquil, en profundidad, la estructura del mercado y el desarrollo turístico llevada a cabo en el municipio.

Debido a que el turismo es una actividad que se desarrolla en un espacio físico y tiene implicación en el mismo y su entorno; tanto cultural, económico y ambiental, considere necesario realizar el estudio a partir del análisis del espacio turístico. ¿Si acaso esta delimitado el espacio turístico en Guayaquil? ¿La ciudad turística ha sido implantada sobre la ciudad comercial? ¿Qué tipo de atractivos turísticos e infraestructura turística hay en este espacio? ¿Se ha tomado en consideración algún modelo de implantación territorial del turismo en el caso de Guayaquil? Y a partir de estas interrogantes encontrar una respuesta y plantear un camino que podría tomar el desarrollo turístico local.

0. 1 Planteamiento del problema

La ciudad de Guayaquil ha evolucionado mucho en la última década, tanto económicamente como su imagen urbanística y por ende la turística dejando de lado ciertos paradigmas referentes al nivel de turismo que puede ofertar a nivel local e internacional. Y es debido a dichos cambios que se hace necesario un estudio donde se refleje que tipo de evolución ha tenido en cuanto al modelo de desarrollo urbanístico que básicamente va a influir en el modelo de desarrollo turístico.

La regeneración urbana fue el primer paso a tomar por la administración local para hacer resurgir a la ciudad en cuanto a su imagen e identidad local, pero dicha regeneración a mas de elevar el autoestima de los ciudadanos de Guayaquil también tenía como objetivo principal atraer el turismo nacional e internacional, revalorizando el patrimonio histórico y monumentos, y creando nuevos espacios públicos. Y es aquí donde surge la interrogante ¿Qué uso se le está dando a estos espacios públicos? ¿Son los espacios públicos eminentemente espacios turísticos? ¿Y si se el uso de estos espacios turísticos están llevando al modelo de desarrollo turístico esperado y proyectado para Guayaquil?

Es aquí donde considero de interés adentrarme en mi caso de estudio, ya que el tema del desarrollo turístico es algo prácticamente nuevo en Guayaquil a pesar de ser la primera ciudad del Ecuador por su importancia económica, y ubicación estratégica con salida al Océano Pacífico y existe carencia de estudios científicos, tesis u otro tipo de investigación profesional en materia de turismo y más específicamente relacionada a la planificación turística de Guayaquil.

Y es que el tema del uso del espacio turístico en Guayaquil es un poco complejo, ya que al ser una ciudad que ha tenido un crecimiento desordenado por la progresiva migración interna desde zonas rurales y poblados cercanos disparó el tráfico de tierras e invasiones suburbanas con carencia de servicios básicos y disputa por negocios informales, por ende fue imperativo que el municipio local una vez planteado su plan de desarrollo local difundiera ordenanzas acerca del uso del suelo, siendo mayoritariamente para desarrollo de complejos y ciudadelas urbanísticas, además de zonas comerciales y de recreación. Y al ser consultados a los agentes encargados de la planificación urbano turística de Guayaquil, indican a que se podría decir que prácticamente toda la zona urbano residencial y comercial es turística ya que dentro de cada uno de estos sectores hay diferentes puntos considerados de interés turístico y de mayor inversión en negocios relacionados al turismo.

Es así que se hace necesaria una segmentación para diferenciar que es y que no es espacio turístico dentro de Guayaquil, que modelo de implantación turística esta siguiendo Guayaquil, en qué fase de desarrollo turístico se encuentra, y cuáles son sus tendencias futuras.

0.2 Hipótesis

1. El turismo de Guayaquil se ha venido desarrollando de manera empírica
2. Guayaquil no tiene delimitado el espacio turístico y por ende no existe un modelo de desarrollo implantado.
3. Guayaquil ha mejorado su imagen como ciudad modelo de desarrollo urbano más aun no ha sido suficiente para posesionarse como ciudad turística.

0.3 Objetivos generales

Realizar un estudio del uso del espacio urbano turístico en la ciudad de Guayaquil, y de todos los factores y agentes que confluyen en este espacio, para a partir de ello llegar a una definición del modelo de desarrollo turístico local.

Objetivos específicos

- Revisar los diferentes conceptos y enfoques en torno al tema del espacio turístico
- Analizar la evolución de dicho concepto y su implicación en los modelos de desarrollo turístico
- Reconocer las principales aportaciones y estudios en relación a los modelos de desarrollo turístico
- Identificar las características específicas de los tipos de turismo en Guayaquil y su evolución turística
- Reconocer a los diferentes agentes involucrados en el sector turismo
- Identificar los diferentes centros turísticos dentro de Guayaquil así como sus principales atractivos turísticos
- Consultar los diferentes planes y estrategias de ordenación urbana turística municipal de Guayaquil
- Analizar los principales planes de marketing y promoción de la imagen turística de Guayaquil
- Ubicar la realidad turística actual de Guayaquil
- Contrastar y comparar los conceptos y definiciones aplicados al caso de Guayaquil
- Procesar y llegar a conclusiones específicas de acuerdo al caso de Guayaquil

0.4 Planteamiento metodológico general

Según varios textos analizados se define a *“la metodología como parte de la ciencia que se ocupa del conjunto de procedimientos a seguir para lograr el objetivo del conocimiento científico”*. Por ello todo proyecto de investigación implica la definición de plan orientador de la recogida y análisis de datos, Churchill, 2001 citado por Calderón Vázquez¹

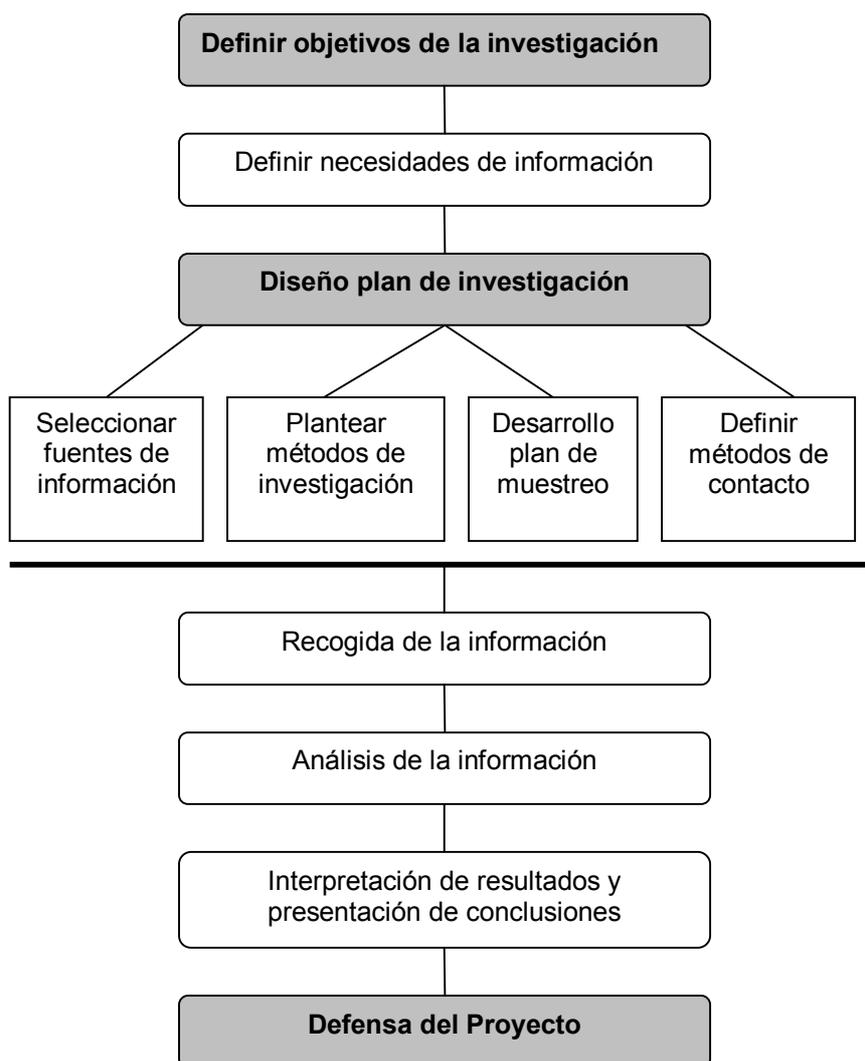


Figura 1: Fases del proceso de investigación.
Fuente: F. Vázquez con adaptación de Bello, Tres palacios y Vázquez (1993)

¹ Tesis Doctoral “Distrito turístico rural un modelo teórico desde la perspectiva de la oferta. especial referencia al caso andaluz”, Universidad de Málaga, 2005

De acuerdo al esquema de Calderón Vásquez, lo primero a definir será los objetivos de mi trabajo de investigación, los cuales ya están enmarcados con anterioridad, una vez delimitados mis objetivos plantearé las necesidades de información.

En el caso del estudio del espacio turístico de Guayaquil, se considera necesaria información actual sobre la situación turística de Guayaquil, planes estratégicos, plan de marketing, estadísticas de flujos y censos turísticos, catastro turísticos, planes territoriales y urbanos de Guayaquil, indicadores urbanos de Guayaquil, mapas de uso de suelos, mapas de zonas turísticas de Guayaquil, así como bibliografía relacionada al esquema teórico de mi tesis, estudios sobre espacios turísticos, diferentes teorías relacionadas al espacio turístico, modelos de implantación turística, así como estudios del turismo desde la Geografía y varios conceptos inherentes a la investigación turística.

El plan de investigación para este caso de estudio consiste primeramente en ubicar las fuentes de información. Según Callizo Soneiro² (1987) el examen crítico de las fuentes para el estudio espacial del turismo postula inmediatamente la cuestión escala a la que va a ser abordado el fenómeno.

En el caso de Guayaquil me estaría refiriendo a una escala local, para lo cual Callizo Soneiro resalta que el estudioso ha de encarar dificultades a medida que se acerca a lo local debido a los: repertorios fragmentarios, no siempre bien sistematizados, datos mal desagregados que ocultan omisiones unas veces imputables a la desidia del aparato estadístico y otras a la dificultad inherente del propio flujo turístico.

Situaciones ya enumeradas con anterioridad en la justificación de la investigación, la falta de fuentes y recursos de primera mano para la investigación de la realidad turística de Guayaquil.

Para lo cual Callizo Soneiro menciona que el investigador a de buscar el subsidio de fuentes indirectas que, muy vulnerables en muchos aspectos, hablan, sin embargo cuando los métodos directos callan.

² Profesor Titular de Geografía Humana en la Universidad de Zaragoza. Autor del libro "Aproximación a la Geografía del Turismo"

0.5 Fuentes directas

Las fuentes directas representan todos los datos y publicaciones estadísticas realizadas por Centros, Organismos, Oficinas, Secretarías relacionadas o no al turismo pero que sirve de consulta de primera mano para analizarlos y plantearlos en el caso de estudio necesario.

Para el caso de esta tesis se ha consultado:

Organización Mundial del Turismo (OMT/WTO)

Este organismo intergubernamental es el principal referente en cuanto a estadísticas e información sobre el sector desde su creación en 1970, cuando con la denominación Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT), comenzó su andadura. Se destaca la importancia de sus bases de datos estadísticos de turismo que se recogen en publicaciones como el Anuario de estadísticas, el Compendio de estadísticas, Barómetro de los viajes y el turismo y las tendencias del mercado turístico.

Ministerio de Turismo del Ecuador

El principal gestor del turismo a nivel nacional, presenta estadísticas anuales respecto a las tendencias de los rubros de viajes así como planes estratégicos de turismo y principales regulaciones del turismo nacional.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC)

Encargado de manejar todas las estadísticas del Ecuador e indicadores sociales, económicos, demográficos, de vivienda con publicaciones mensuales.

Cámara Provincial de Turismo del Guayas

Afiliados los diferentes empresarios turísticos de la provincia del Guayas, de la cual Guayaquil es la capital y se asientan los principales negocios de turismo de la provincia.

Dirección de turismo del Consejo Provincial del Guayas

Oficina encargada de gestionar el turismo a nivel provincial, manejan estadísticas y programas de desarrollo turístico de la provincia.

Dirección de Turismo del Municipio de Guayaquil

Principal gestor del turismo de la ciudad, manejan planes de marketing y promoción turística a nivel local como internacional.

Dirección de Ordenamiento urbano y territorial del Municipio de Guayaquil

Regulador del planteamiento urbano y territorial de Guayaquil, maneja catastros urbanos, así como las principales ordenanzas de regulación de los usos del suelo en la ciudad de Guayaquil.

Otras instituciones consultadas:

Instituto de Planificación Urbana y Regional de la facultad de Arquitectura Universidad Católica Santiago de Guayaquil

Mapas digitales de diferentes regiones de la costa ecuatoriana, planos de Guayaquil, indicadores urbanos de Guayaquil, y diferentes estudios realizados por este instituto.

Banco Central del Ecuador

Maneja los diferentes indicadores económicos del país como tasas de interés vigentes, bolsas de valores, Balanza de Pagos. Boletín mensual de publicaciones estadísticas.

0.6 Fuentes indirectas

Son todos los estudios y publicaciones realizadas por profesionales basándose en las fuentes directas pero que han complementado con otra información y analizado específicamente para sus casos de estudios. Pudiendo distinguirse entre *fuentes bibliográficas* y *fuentes estadísticas*.

Las fuentes bibliográficas en general se han utilizado para definir teorías y conceptos de varios autores, los cual estarán incluidos en la bibliografía final del presente trabajo y citados en los diferentes capítulos. Además las fuentes estadísticas que también han

sido desarrolladas en tesis de grados y trabajo de investigación publicada por diferentes investigadores.

Biblioteca de la carrera de Turismo de la Escuela Superior Politécnica del Litoral

Base de datos de tesis de los egresados de la carrera de turismo

Base de datos del Archivo Histórico del Guayas a través de su página Web

Otras fuentes

Material de clases proporcionados por los profesores del Máster de Turismo 2007

Apuntes de clases del Máster de Turismo 2007

Boletín Mensual publicado por la Cámara Provincial de Turismo del Guayas

Revista de ciudades: Ciudad Positiva, aquí Guayaquil

Revista Vistazo

Diario El Universo

0.7 Metodología de la investigación

La metodología en general de esta tesis que se enfoca en realizar un estudio del espacio turístico de Guayaquil, básicamente será de naturaleza cualitativa y descriptiva a través de análisis de datos ya descritos en publicaciones previas, así como el detalle mismo de la situación real actual de Guayaquil y el análisis de las diferentes fuentes para partir de ahí realizar un enfoque descriptivo y conceptual de su evolución turística.

Dado a que en esta tesis se plantea el estudio de un caso, que aquí es Guayaquil, estamos delimitando un espacio y un contexto, es por ello que considero que para el caso de Guayaquil hay que realizar un estudio analítico, y que sirve para comprobar una hipótesis en este caso referente a su modelo de desarrollo turístico.

0.8 Estructura de la investigación

Para el caso de estudio “el uso del espacio turístico de Guayaquil” dado que estoy refiriéndome a un espacio físico, es necesario en primera parte delimitar el entorno geográfico donde se desarrollan dichas actividades, ubicando límites territoriales,

clima, hidrografía, aspectos ambientales, topografía y otros aspectos generales que permita al lector ubicarse de manera espacial donde esta localizada Guayaquil. Además se mencionaran aspectos importantes como los culturales, demográficos, económicos.

En la segunda parte de la investigación se contrastarán teorías y conceptos en los cuales se enmarca esta tesis y se hace importante mencionar para ir reforzando conocimientos e ir creando criterios de análisis en donde ir ubicando las diferentes realidades del caso Guayaquil.

En la tercera parte se tratará de acercarse más a lo que es la realidad turística de Guayaquil, se describirá las diferentes tipologías de turismo que se realizan en esta ciudad, como está ubicada la ciudad turística, que tipo de atractivos posee esta ciudad, como está planificada turísticamente la ciudad, así como otros datos relevantes que ayudarán a delimitar la situación actual de lo que es el turismo en Guayaquil.

Una vez ubicada la situación turística real de Guayaquil, considero necesario a continuación realizar una comparación del Caso Guayaquil con otros casos de modelos turísticos para contrastar tendencias y poder definir un criterio de cómo se está realizando el desarrollo turístico aquí en la ciudad de Guayaquil.

En la parte final de esta investigación se harán las conclusiones así como las recomendaciones que este estudio de caso arroje.

CAPITULO 1

DESCRIPCION DEL AREA DE ESTUDIO

“Guayaquil, ciudad hermosa, de la América guirnalda, de tierra bella esmeralda y del mar perla preciosa” (Bautista Aguirre, escritor, sacerdote jesuita, 1725-1786)

INTRODUCCIÓN

El tema objeto de este estudio es la ciudad de Guayaquil, para lo cual debo primero definir su contexto general así como ciertos indicadores urbanos que más adelante servirá de soporte para el aspecto específico del estudio que es su realidad turística. Para hablar de su descripción lo he de clasificar en aspectos físicos y naturales, aspectos culturales y aspectos socioeconómicos.

ANTECEDENTES GENERALES DE GUAYAQUIL

Guayaquil, oficialmente Santiago de Guayaquil, es la ciudad más poblada de la República del Ecuador. El área urbana de Guayaquil se alinea entre las ciudades más grandes del mundo. Es además un importante centro de comercio con influencia a nivel regional en el ámbito comercial, de finanzas, cultural, y de entretenimiento. La ciudad es la cabecera cantonal del cantón homónimo y la capital de la provincia del Guayas.

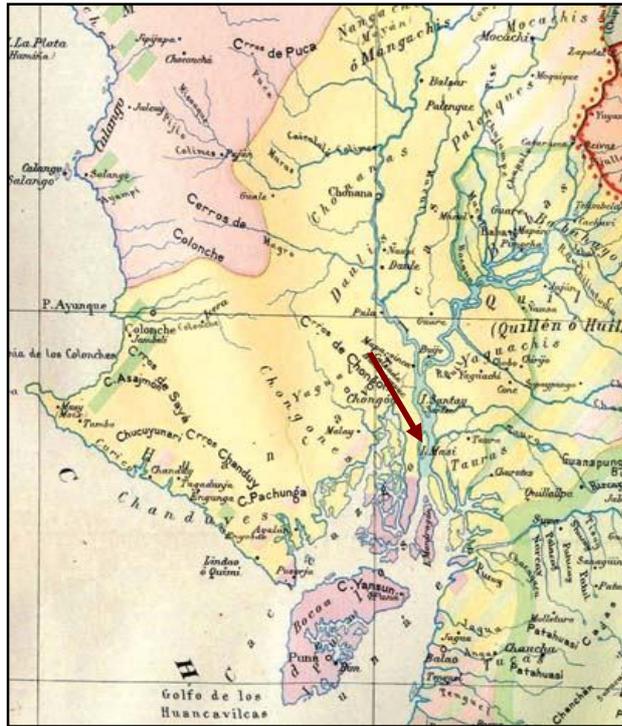
1. ASPECTOS FISICOS Y NATURALES

1.1 Ubicación

Guayaquil se encuentra ubicada en la costa del Pacífico, en el Golfo de Guayaquil, el mayor accidente geográfico en la costa de Sudamérica, a orillas del río Guayas, es el más grande de la costa Pacífica de las Américas. Sus coordenadas geográficas son: Latitud sur: -2° 10', Longitud Oeste: 79° 54'

1.2 Geografía

La ciudad se encuentra situada en la cuenca baja del río Guayas, que nace en las provincias de Pichincha y de Cotopaxi, en la región de la cordillera de los Andes, y desemboca en el Golfo de Guayaquil en el Océano Pacífico. Bordea al oeste con el Estero Salado y los cerros Azul y Blanco. Por el sur con el estuario de la Puntilla de Guayaquil que llega hasta la Isla Puna.



Mapa 1: Ubicación de Guayaquil en la cuenca baja del Guayas.
Fuente: Archivo Histórico del Guayas

1.3 Hidrografía

Recibe las aguas de los ríos Daule y Babahoyo. El río Daule y sus afluentes bañan las provincias de Manabí, Los Ríos y Guayas. El Babahoyo está formado por el río Yaguachi, y este por la unión de los ríos Chimbo y Chanchán. Recorre las provincias de Chimborazo, Los Ríos y Guayas. La cuenca del Guayas es la más grande vertiente del Pacífico, con 40.000 km² y una extensa área de la costa ecuatoriana bañada por el río del mismo nombre y toda su red de afluentes.



Foto 1: Imagen del río Guayas desde el Malecón de Guayaquil
Fuente: Municipio de Guayaquil, Galería de imágenes

1.4 Geomorfología

La ciudad es mayormente plana, frente a la ciudad nace una cordillera costanera, en un tramo de la ciudad se encuentran los cerros de Santa Ana y del Carmen (ubicados prácticamente junto al río), su elevación más alta se da en el sector donde se encuentran las ciudadelas Los Ceibos, que es vía la costa del Pacífico, y se los denomina cerro Azul, en su límite occidental, mas adelante este sistema montañoso toma el nombre de Chongón y luego Colonche, que es la elevación más representativa de la costa ecuatoriana.

1.5 Clima

El clima de Guayaquil es el resultado de la combinación de varios factores. Por su ubicación en plena zona ecuatorial, la ciudad tiene una temperatura cálida durante casi todo el año. No obstante, su proximidad al Océano Pacífico hace que las corrientes de Humboldt (fría) y de El Niño (cálida) marquen dos periodos climáticos bien diferenciados; uno lluvioso y húmedo, con calor típico del trópico, que se extiende de diciembre a abril (conocido localmente como invierno que corresponde al verano austral), y el otro seco y un poco más fresco con vientos (conocido localmente como verano que corresponde al invierno austral), que va desde mayo a diciembre.

La precipitación anual es del 80% en el primero y del 20% en el segundo. La temperatura promedio oscila entre los 20 y 27 grados centígrados, un clima tropical benigno si consideramos la latitud en que se encuentra la ciudad.

1.6 Recursos naturales

La región donde se ubica Guayaquil tiene suelos muy fértiles que permiten una abundante y variada producción agrícola y ganadera. Se cultiva algodón, oleaginosas, caña de azúcar, arroz, banano, cacao y café y frutas tropicales como el mango, maracuyá (primeros exportadores mundiales), papaya, melones y muchas más.

También se exportan flores y plantas tropicales del río Guayas, así como el bosque del bosque seco tropical de Cerro Blanco, la presa de Chongón con su gran lago artificial y Puerto Hondo con los manglares y brazos de mar navegables.

Es destacable también la producción y explotación pesquera, sustentada principalmente en la crianza en cautiverio del camarón, del cual Ecuador fue, antes de un sinnúmero de plagas y problemas, uno de los principales exportadores mundiales, la industria se encuentra en plena recuperación actualmente, así como la pesca de atún, sardinas, y muchas otras variedades de peces, tanto para el consumo interno

como para la exportación. La mayoría de las flotas pesqueras y las industrias se encuentran asentadas en los alrededores del Golfo de Guayaquil.

Asimismo, cuenta con diversas especies de maderas como guasango, palo santo, ceibos, muyuyo, chipra, mosquero y cardo; capaces de soportar largas sequías. De igual forma son muy numerosas las granjas avícolas y las haciendas de ganado bovino y porcino. En el área del golfo existen yacimientos de gas natural de gran potencial, por ello toda su plataforma continental es considerada como de prospección petrolera. Hay que destacar la reserva ecológica de Manglares Churute, que esta situada en los márgenes de la desembocadura del río Guayas, en la cual se recolectan los cangrejos, crustáceo muy apetecido y parte de la cultura gastronómica de Guayaquil.

2. ASPECTOS CULTURALES

2.1 Toponimia

El nombre de Santiago de Guayaquil está ligado a una historia que se ha convertido en una leyenda romántica, aunque irreal, transmitida oralmente de generación en generación, la cual atribuye la designación de la población a la unión de los nombres del cacique (jefe originario) Guayas y su esposa Quil, símbolos de la resistencia autóctona que, de acuerdo a la tradición popular, escogieron luchar hasta morir (y en última instancia incendiar la aldea) antes que someterse al vasallaje impuesto por los conquistadores españoles.

Santiago de Guayaquil debe la primera parte de su nombre al apóstol Santiago, el Mayor, el santo predilecto de España, con el que llamaban a las ciudades principales.

La existencia de un poblado de nombre Guayaquil situado en el Km. 23 de la autopista Duran-Bolicho, cerca de la actual ubicación de la ciudad, ha sido causa de investigaciones por parte de arqueólogos e historiadores quienes han coincidido que el mismo, al momento de la conquista, estuvo gobernado por un cacique llamado Guayaquile.

Descubierto el verdadero origen, la única duda persiste es si fue dicho cacique quien dio nombre al pueblo y al río o viceversa. Pero en su libro sobre el cacique Guayaquile, el investigador Ángel Veliz Mendoza afirma que hay referencias al topónimo por lo menos siete veces en documentos anteriores a 1543. Se cree que el nombre Guayaquil se debe al último asentamiento de la población, en tierras del cacique Guayaquile. Esta zona estuvo ocupada por la nación chonos, grupo humano

que desde el punto de vista arqueológico, se denomina como cultura Milagro-Quevedo.

En la actualidad, el gentilicio de los habitantes de Guayaquil es guayaquileños/os, aunque popularmente se los denomina guayacas/os.

2.2 Historia

En Guayaquil y sus alrededores se ubicó la más antigua cultura de las Américas, la Cultura Valdivia, que data de 3900 años AC y cuenta con los primeros registros de cerámicas y pueblos, así como la maravilla de sus navegantes y comerciantes con sus balsas que transportaban hasta 10 toneladas de mercancía, utilizando técnica de timones múltiples que les permitían navegar contra corriente comerciando desde la Tierra de Fuego, al sur, hasta el imperio azteca en México.

Asentada definitivamente, en 1547, en lo que actualmente es Guayaquil, fue desarrollada principalmente como astillero y puerto comercial al servicio de Corona española luego de varios otros intentos de fundación, ha servido de punto principal en la política y economía de la nación.

Ha sido sede de grandes revoluciones y levantamientos a lo largo de la historia, siendo la primera ciudad ecuatoriana en obtener de forma definitiva su independencia de España en 1820. Luego fue capital de la Provincia Libre de Guayaquil que se desintegró para formar parte de la Gran Colombia. Desde 1830 forma parte de la Republica del Ecuador como importante eje político.

2.3 Fiestas y Folclore

La fiesta principal de Guayaquil, es el 25 de Julio, inicialmente se había establecido esta como su fecha de fundación, y de ahí el origen de esta fiesta pero en la actualidad la celebración se suma a la del santo patrono Santiago Apóstol.

Durante estas fiestas hay desfiles cívicos y militares, se manifiesta la cultural popular a través de la danza de pasacalles, la narración oral en los amorfinos y coplas, la creatividad de los guayaquileños en las artes plásticas en las calles, y la tradición en la gastronomía que es amplia debido a la variedad de productos locales tanto del mar como los cosechados en la región. Su gastronomía es expuesta en diferentes Festivales gastronómicos en toda la ciudad.

3. ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS

3.1 Población

Guayaquil es la ciudad con mayor densidad de población en el Ecuador, de acuerdo al VI censo de población y V de vivienda realizado en el año 2001, la población de Guayaquil era de 1'985.379 habitantes. En la actualidad se estima que es de 2'366.902 de habitantes teniendo en cuenta una tasa promedio anual de crecimiento de 2.5% (Gráfico 2), ocupan un aproximado de 344,5 km² de superficie. El área metropolitana de Guayaquil está compuesta de 316,42 km², que representa el 91, 9% del área territorial de la ciudad (suelo); los segundos un área de 28,08 km², equivalente al 8,1% para cuerpos de agua que comprende ríos y esteros.

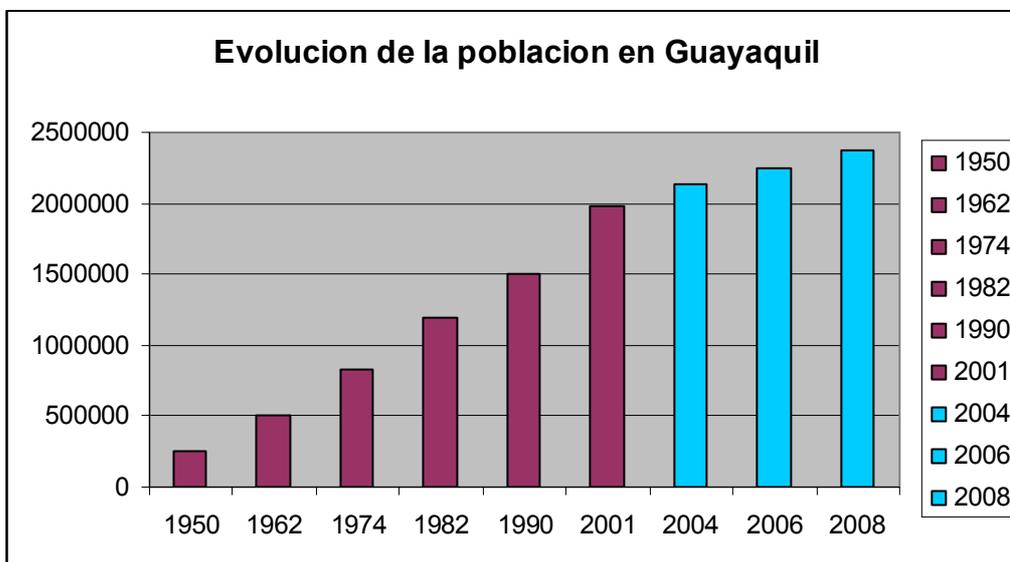


Gráfico 2: Evolución población de Guayaquil
Fuente INEC. 2004, 2006 y 2008 son estimados

Además, Guayaquil tiene una población flotante de 3'328.534 de personas, residen temporalmente durante la jornada laboral en la ciudad, pero habitan en cantones colindantes, entre los más grandes Duran, Daule, y Samborondón.

3.2 División Administrativa

Guayaquil está dividido en 16 parroquias urbanas y 5 parroquias rurales.³

Parroquias Urbanas: Pedro Carbo, Roca, Rocafuerte, Olmedo, Bolívar, Ayacucho, 9 de Octubre, Sucre, Urdaneta, Tarqui, Ximena, García Moreno, Letamendi, Febres-Cordero, Parroquia Pascuales, Parroquia Chongón.

Población por Parroquias			
Parroquias Urbanas-Censo 2001			
Parroquia	Habitantes	Predios	Viviendas
Pedro Carbo	13,462	6,078	4,192
Roca	7,296	2,101	2,599
Rocafuerte	8,761	7,687	3,300
Olmedo	9,516	4,326	3,384
Bolívar	9,149	1,306	2,823
Ayacucho	11,976	3,423	3,510
9 de Octubre	6,680	2,137	2,164
Sucre	15,071	1,889	4,290
Urdaneta	25,323	3,003	7,528
Tarqui	835,486	209,366	220,226
Ximena	500,076	103,127	115,528
García Moreno	60,255	6,949	15,448
Letamendi	101,615	14,653	23,534
Febres-Cordero	341,334	50,347	71,938
Total	1,946,000	416,392	480,464

Datos preliminares del INEC de 1,946,000 habitantes.
El dato final es 1,984,379 habitantes urbanos.

Tabla 1: Población de Guayaquil según parroquias
Fuente INEC.

Parroquia Pedro Carbo, colmada de edificios que perfilan el centro de la ciudad, se encuentran las Iglesias Santo Domingo y La Merced, el parque Pedro Carbo, el Hemiciclo de la rotonda, las estatuas de los libertadores Bolívar y San Martín, el tradicional Barrio de las Peñas, el Banco Central del Ecuador, la Bolsa de Valores de Guayaquil y el Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo (MAAC).

³ El termino parroquia es usado en el Ecuador para referirse a territorios dentro de la división administrativa de un municipio.

Parroquia Francisco Roca, ubicado en la parte norte del Parque Centenario, también se encuentran los parques de La Madre y 24 de Mayo (San Agustín), los edificios de la Cruz Roja, Anfiteatro Anatómico Julián Coronel, y el Cementerio General en los que se destacan los monumentos fúnebres de personajes ilustres de la ciudad.

Parroquia Tarqui, en esta parroquia se destacan los monumentos a Eloy Alfaro y el de Guayas y Quil, el Teatro Centro de Arte, los Estadios Isidro Romero Carbo y Modelo Alberto Spencer, el coliseo cubierto Voltaire Paladines Polo, el nuevo aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo y la terminal Terrestre Jaime Roldós Aguilera, la Universidad de Guayaquil, los centros financieros y comerciales de Kennedy Norte (Av. Francisco de Orellana) y Urdesa. Barrios residenciales como Urdesa, Miraflores, La Alborada, Kennedy y Los Ceibos pertenecen a esta parroquia.

Parroquia Rocafuerte, aquí se encuentran la Catedral de la ciudad, las iglesias de San Francisco y El Sagrario, los parques Centenario, Seminario, Sucre, La Victoria, la parte sur del Hemiciclo La Rotonda, la Municipalidad, la Gobernación del Guayas, la Torre del reloj en el Malecón Simón Bolívar y la oficina de correos del Ecuador. En esta parroquia se concentra la actividad administrativa y financiera de la ciudad.

Parroquia 9 de Octubre, en esta parroquia se destacan el monumento a Francisco Urbina Jado, la iglesia del corazón de María, el Museo Antropológico del Banco Central, la piscina Olímpica Asisclo Garay y la pista atlética de la Federación Deportiva del Guayas.

Parroquia Olmedo, posee los parques Chile y Montalvo, la plaza Olmedo, las iglesias de San José y San Alejo, el Asilo Mann, la Comisión de Tránsito del Guayas, el Mercado Sur, el Club de La Unión, el Fuerte San Carlos y el barrio de las 5 esquinas.

Parroquia Bolívar, entre los lugares importantes de esta parroquia se destacan la Maternidad Enrique Sotomayor, que es uno de los centros asistenciales de mayor tradición del puerto.

Parroquia Sucre, aquí se encuentran el estadio Ramón Unamuno de fútbol, el estadio Yeyo Uruga de béisbol, el coliseo Abel Jiménez Parra, la Iglesia del Buen Pastor y el mercado municipal.

Parroquia Urdaneta, los parques Ismael Pérez Pazmiño y Jorge Washington, las iglesias Jesús Obrero y de Las Almas, el mercado Oeste, el Guayaquil Tenis Club, el puente 5 de Junio que cruza el estero Salado y el Barrio de El Salado.

Parroquia Ayacucho, donde se concentraban antiguamente los Astilleros Reales de la ciudad, ahora posee el parque España, la Iglesia Corazón de Jesús, el estadio Capwell, el complejo de la Federación Deportiva del Guayas, y las oficinas de la empresa eléctrica.

Parroquia García Moreno, las calles Gómez Rendón y Lizardo García, el estero Mogollón, limitando con la avenida Quito, las escuelas para ciegos y sordomudos, el barrio de las casas colectivas del IESS, la capilla Santo Domingo y el Mercado Municipal forman parte de su jurisdicción.

Parroquia Ximena, contiene los parques Forestal y de La Armada, el Centro Cívico, Planetario, Puerto Nuevo en el extremo sur de la ciudad, las iglesias María Auxiliadora, Stella Maris, La Dolorosa, los colegios Cristóbal Colón, Domingo Comín, Santiago de las Praderas, La Universidad Politécnica Salesiana, la Universidad Agraria y la maternidad del Guasmo; en su territorio se encuentra el populoso suburbio de El Guasmo.

Parroquia Febres Cordero, se encuentran los hospitales Guayaquil y Santa Marianita de Jesús, el Cementerio Ángel María Canals del Batallón del Suburbio, el Centro Artesanal Nueva Sociedad, la Iglesia de Cristo Rey.

Parroquia Letamendi, El parque Puerto Liza, el Santuario del Cristo del Consuelo, y la Iglesia Espíritu Santo.

Parroquia Pascuales, al norte de la ciudad, se llega a ella a través de la autopista Terminal-Pascuales o por la vía Perimetral de Guayaquil. Su nombre recuerda a San Pascual Bailón quien se cree apareció en el sitio en donde hoy se levanta la iglesia parroquial. Antiguamente esta era una parroquia rural, en la actualidad se encuentra del límite urbano debido al constante crecimiento de la urbanización de la ciudad.

Parroquia Chongón. Se encuentra a 24 Km. al oeste de la ciudad, en la vía que conduce a Salinas (Carretera E-40). Cerca de esta zona se encuentran los terrenos del futuro aeropuerto internacional.

Parroquias Rurales: Progreso, La Puntilla (Samborondón), Tenguel, Parroquia Puná, Parroquia Posorja, Parroquia El Morro.

Parroquia Juan Gómez Rendón (Progreso), esta parroquia se encuentra al oeste de la ciudad de Guayaquil. Su carretera principal se divide en dos ramales: el principal es el que lleva a la playa de Salinas (carretera E-40) y el de la izquierda a Playas. Se cree que en ese sector habitaron los Huancavilcas; esta región en la época de la colonia era una próspera zona agrícola y ganadera.

Parroquia La Puntilla (Samborondón), esta parroquia se encuentra a el noroeste de la urbe es considerada zona residencial se encuentra a las afueras de Guayaquil al cruzar el puente Rafael Mendoza Avilés, es una zona de alta plusvalía, en esta parroquia se encuentra el Parque Histórico de Guayaquil y el Malecón 1900.

Parroquia Puná, la parroquia lleva el mismo nombre que la Isla Puná, al sur de Guayaquil, esta zona fue habitada por la tribu de los punaes que resistieron la invasión de los Incas. Antes de la construcción del Puerto Nuevo en 1959, las grandes embarcaciones fondeaban en esta isla para desembarcar la mercadería.

Parroquia Tenguel, esta al sur del cantón Balao, en la provincia del Guayas, es la parroquia de mayor desarrollo agropecuario del cantón Guayaquil, el banano representa su principal producción, además posee sembríos de café, naranjas, toronjas, y otras frutas tropicales, que constituyen la riqueza de esta parroquia.

Parroquia Posorja, se encuentra al sureste de la ciudad de Guayaquil, frente al canal de El Morro y en la carretera que conduce al cantón Playas. En esta parroquia se destaca la cabecera parroquial Posorja y el recinto de Data, un importante centro pesquero.

Parroquia El Morro, al sureste de Guayaquil, se puede llegar a ella desde el cantón Playas, Data Posorja o por caminos de tierra desde Progreso por Sabana Grande. Antiguamente en El Morro las haciendas ganadera y agrícolas eran fuentes de riqueza para los hacendados, actualmente se proyecta como un centro eco turístico debido a su entorno de manglar y avistamiento de fauna como los delfines rosados.

Sectores

La ciudad del nuevo siglo ha cambiado, nuevas construcciones, ciudadelas, barrios, han dado origen a numerosas calles que forman parte del Guayaquil actual; la ciudad está dividida en cuatro cuadrantes considerándose como eje la intersección de la avenida Quito y el bulevar Nueve de Octubre, lo que lo constituye el punto cero que divide a la ciudad en Noreste, Noroeste, Sureste, y Suroeste.

Numero del Sector en referencia con el mapa⁴



Mapa 2: Organización Territorial de Guayaquil por sectores
Fuente: Departamento de Ordenamiento territorial, Municipio de Guayaquil

⁴ 1. 9 de octubre este, 2. 9 de octubre oeste, 3. Abel Gilbert, 4. Acuarela, 5. Los Álamos, 6. Alborada este, 7. Alborada oeste, 8. Los Almendros, 9. Las América, 10. La Atarazana, 11. Ayacucho, 12. Bastión Popular, 13. Batallón del suburbio, 14. Bellavista, 15. Bolívar, 16. Los Ceibos, 17. Centenario, 18. Cerro del Carmen, 19. Cóndor, 20. Cuba, 21. Del Astillero, 22. Estero Salado, 23. Los Esteros, 24. La FAE, 25. Febres Cordero, 26. Floresta, 27. La Florida, 28. García Moreno, 29. Garzota, 30. Guangala, 31. Guasmos este, 32. Guasmo oeste, 33. Huancavilca, 34. Isla Trinitaria, 35. Kennedy, 36. Letamendi, 37. Luz del Guayas, 38. Mapasingue, 39. Miraflores, 40. Montebello, 41. Olmedo, 42. Orquídea este, 43. Orquídea oeste, 44. Paraíso, 45. Pascuales, 46. Pedro Carbo, 47. Las Peñas, 48. La Pradera, 49. Prosperina, 50. Puerto Azul norte, 51. Puerto Azul sur, 52. Puerto Lisa, 53. Quinto Guayas este, 54. Quinto Guayas oeste, 55. Río Guayas, 56. Roca, 57. Rocafuerte, 58. La Saiba, 59. Samanes, 60. San Eduardo, 61. Los Sauces, 62. Simon Bolívar, 63. Sopeñas, 64. Sucre, 65. Tarqui, 66. Unión, 67. Urdenor, 68. Urdaneta, 69. Urdesa, 70. Los Vergeles, 71. Ximena

3.3 Economía

3.3.1 Producto Interno Bruto (PIB)

Guayaquil, la ciudad con mayor influencia sobre el PIB de la provincia, tiene una oferta inmobiliaria en la vía a la Costa, a Daule y a Samborondón que crece. Mientras que los productores de camarón, banano, cacao, café y arroz se han beneficiado de un precio mayor.

De acuerdo con el último estudio, efectuado por el Banco Central del Ecuador (BCE), la economía guayasense generó un PIB de 4643 millones de dólares, lo que la ratifica a la cabeza de las otras 23 provincias. Con una abultada brecha (de \$539 millones), le sigue Pichincha, provincia a la que pertenece la capital del Ecuador.

La inversión se concentra en un 68% en cinco industrias:

1. Agrícola
2. Pesquero
3. Manufacturero
4. Comercial
5. Construcción

3.3.2 Comercio

La ciudad es sede del 39% de las 1000 compañías más importantes del Ecuador. De dicho grupo de empresas, las compañías guayaquileñas representan el 35% de activos, 37% de patrimonio y el 39% de los ingresos. Así mismo, el total de ventas de las empresas guayaquileñas representan el 36% de este grupo. Cifras que hablan a las claras del empuje y dinamismo que la ciudad le imprime al país.

El comercio aportó con 1028 millones de dólares. La construcción también ha tenido un efecto multiplicador en la economía. Durante la época de la colonia Guayaquil siempre ocupó un lugar primordial. En sus astilleros se construían embarcaciones con las famosos maderas de sus inmediaciones como guayacán, mangle, balsa, laurel, y otras, llegando a convertirse en Astillero Real de la Corona Española.

3.3.3 Negocio Inmobiliario e inversión privada

El desarrollo de nuevas estructuras y edificaciones, atraen la inversión privada a Guayaquil, donde los proyectos inmobiliarios, centros de negocios y oficinas, han ido en aumento, convirtiendo a la ciudad en un punto estratégico y atractivo para la inversión exterior.

Conjuntos residenciales y urbanizaciones es uno de los mercados de negocios que en la última década ha tenido un despunte en la ciudad de Guayaquil, debido al déficit de vivienda, proyectos en la vías a Samborondón, vía a Daule y a la costa con todos los servicios incluidos se promocionan constantemente.

Además de otro tipo de proyecto urbanísticos, como complejos de edificios de oficinas y negocios, como Ciudad del Río en plena zona turística, al pie del río Guayas. Entre la inversión extranjera también se menciona la creación de nuevos establecimientos hoteleros, como de la cadena Marriot a inaugurarse este año, otros hoteles de la cadena Swiss Hotel, y el consorcio Nobis promueve la construcción del Hotel Sonesta en el nuevo polo de desarrollo urbanístico y financiero, al norte de la ciudad.

La inversión privada es un nuevo actor que complementa la obra municipal, en el inusitado desarrollo de Guayaquil.

El consorcio Alinport, de España, invierte \$450 millones en la construcción de un puerto de aguas profundas en la parroquia Posorja, se sumarán: la Cemento Nacional, que invertirá \$200 millones en la ampliación de la capacidad operativa de sus plantas (incluida la mitigación y respeto a la conservación del medio ambiente); y la generación de combustible biológico con etanol, con una inversión de \$20 millones a cargo de una empresa que pertenece al grupo Hidalgo & Hidalgo y que está ubicada en la vía Progreso-Playas. A eso se agrega que el grupo Bavaria está interesado en llegar a un arreglo con los impulsores de la Zona Franca del Guayas (Zofragua) para capitalizar y hacer funcionar la zona franca con una inversión de \$20 millones.

3.3.4 Bolsa de valores de Guayaquil (BVG)

El negocio accionario ecuatoriano es todavía incipiente en las dos bolsas del país, tanto la de Quito como la de Guayaquil. La Bolsa de Valores de Guayaquil, maneja un monto transado durante los primeros diez meses del año 2007 de 1583 millones de dólares.

En la actualidad solo 110 empresas ecuatorianas administran sus inversiones en el mercado accionario. Aun cuando obtener financiamiento en este sector es más económico, la poca predisposición de las compañías a abrir finanzas las detiene.

3.3.5 Puerto marítimo

Actualmente Guayaquil es el puerto fluvial y marítimo más importante del país, donde llega embarcación de todas partes del mundo. El puerto de Guayaquil es uno de los más importantes de la costa del Pacífico Oriental. El 70% de las exportaciones privadas del país sale por sus instalaciones, ingresando el 83% de las importaciones. Se estima que el Puerto Marítimo de Guayaquil tiene un manejo de carga valorado en 3.500 millones de dólares. En el primer trimestre del 2006 el número de naves mercantes que ingresó fue de 134, en el mismo periodo de este año fue de 175. La ciudad también cuenta con puertos privados como Bananapuerto, Fertigran, Fertisa y Trinipuerto.

3.3. 6 Ciudad emprendedora

La apertura que generó la agroexportación a empresas privadas extranjeras, los negocios que se generan con el mundo y la infraestructura han ubicado a Guayaquil entre las 50 mejores ciudades de América Latina para realizar negocios.

Su ubicación en el puesto 27 (28 el año pasado) durante el 2009, según la Revista América Economía, se basa en varios indicadores, pero los más relevantes son el de sustentabilidad urbana, servicios corporativos y libertad para hacer negocios.

Aunque para el exportador Ashley Delgado Flor los cambios contemporáneos en infraestructura, sumado a los eventos de orden mundial que se han realizado y a una historia agroexportadora que data desde la época de la Colonia, hacen del Puerto Principal una de las ciudades con mejor índice de libertad para hacer negocios.

Las ciudades con mejor calificación son: Sao Paulo, Santiago, Miami (entra en el escalafón como Latina), Ciudad de México y Buenos Aires.

El estudio de las Mejores Ciudades se realiza recolectando información de 60 grandes urbes de América Latina, la que es organizada de acuerdo a las principales dimensiones que una empresa considera al elegir una ciudad. Estas dimensiones son: tamaño y dinamismo económico de la metrópoli, la calidad del capital humano, calidad de los servicios corporativos, los servicios personales, la conectividad física, el poder de marca de la ciudad, así como el ya mencionado indicador de sustentabilidad.

3.4 Infraestructura de Transporte

3.4.1 Aeropuerto

En el mismo corazón de la ciudad, al norte y como pocos en el mundo operando con la seguridad los 365 días del año, las 24 horas del día, el aeropuerto José Joaquín de Olmedo, recientemente inaugurado ofrece un servicio de primera calidad a nacionales y extranjeros, tiene capacidad para manejar hasta 4.5 millones de pasajeros anualmente, en un espacio de 50 mil metros cuadrados. Es un edificio inteligente que mantiene activo movimiento de aviones, de carga y de pasajeros, operación de las diferentes compañías de carga y equipaje, control automatizado de los mismos, circuito cerrado de televisión, iluminación y climatización, tiene 6 mangas y dos pistas para el rodaje de aviones y una zona de parqueo para 800 automóviles. Además en su pista operan con regularidad aeronaves militares (adjunta a la pista existe una base aérea militar, llamada Simon Bolívar), así como avionetas y jets de uso particular o de pequeñas compañías y aeroclubs, para fletes, vuelos regulares y escuelas de aviación.

Las conexiones y vuelos directos son muy fáciles desde y hacia Guayaquil con las principales capitales latinoamericanas, Europa y Estados Unidos. Por ejemplo, para viajar a ciudades de este último país, en 6 horas se llega a Nueva York, en 5 horas a Houston, en 4 horas a Miami y a Bogotá en 50 minutos.

Cuenta con una pista de aterrizaje de 2790 m (9154 pies), y una elevación de 5 msnm (16 pies). Puede ser usado por aviones Boeing 747, DC-10, Lockheed L-1011 y Airbus A340.

Fue calificado el 10 de marzo de 2009 por el Consejo Internacional de Aeropuertos como la mejor terminal internacional aérea de Latinoamérica y el Caribe basándose en los resultados de los “Premios Calidad y Servicio Aeroportuarios 2008” que organiza anualmente la propia entidad.

3.4.2 Sistema Integrado de Transporte Masivo Urbano de Guayaquil

Este sistema llamado “metrovía”, funciona desde el 31 de Julio de 2006 en un trayecto que va desde el sur hasta el centro de la ciudad y del centro a la vía a Daule. Fue

creado para brindar ordenamiento, seguridad y eficiencia al transporte público de la ciudad.

De acuerdo a estadísticas de su operadora diariamente se movilizan alrededor de 120 mil personas. El sistema posee 40 buses que realizan más de 306 vueltas por las vías exclusivas.

El valor del pasaje o ticket es de 25 centavos de dólar, mientras que estudiantes, personas con discapacidades y de la tercera edad pagan 12 centavos de dólar.

3.4.3 Viaductos e intercambiadores de tráfico y túneles

Guayaquil cuenta con numerosos viaductos e intercambiadores de tráfico denominados comúnmente como pasos elevados los cuales permiten el ingreso a las principales avenidas y calles de la ciudad, de esta manera descongestionan el tráfico y facilitan el acceso a las principales arterias de Guayaquil.

Además de modernos túneles de conexión entre diferentes puntos de la ciudad, con la facilidad de descongestionar el pesado tráfico de la ciudad, como los túneles del Cerro del Carmen y los túneles de los Cerros San Eduardo inaugurados recientemente en el año 2008.

3.4.4 Avenidas

Guayaquil, al ser el primer centro económico del Ecuador, está unido al resto del país por importantes y correctamente tratadas vías de transporte. En 1970 se inauguró el Puente de la Unidad Nacional Rafael Mendoza Avilés, que une a la ciudad con Durán, al otro lado del río Guayas. En realidad, son dos puentes, uno sobre el río Daule y otro sobre el Babahoyo.

Importantes avenidas que recorren la ciudad son: Avenida Francisco de Orellana, la Avenida de las Américas, avenida 9 de octubre, avenida Quito, Avenida 25 de Julio, entre otras.

CAPITULO 2

MARCO TEORICO

“El espacio turístico no se diseña al igual que una ciudad, pues el turista no reside sino se aloja con el fin último de utilizar los equipamientos recreativos y el medio ambiente natural” (Ascanio, consultor en turismo, Venezuela 2005)

2. MARCO TEÓRICO

Julia Scherba de Valenzuela, Ph.D.⁵, define que un *Marco teórico (o conceptual)* es el grupo central de conceptos y teorías que uno utiliza para formular y desarrollar un argumento (o tesis). Esto se refiere a las ideas básicas que forman la base para los argumentos, mientras que la revisión de literatura se refiere a los artículos, estudios y libros específicos que uno usa dentro de la estructura predefinida. Tanto el argumento global (el marco teórico) como la literatura que lo apoya (la revisión de literatura) son necesarios para desarrollar una tesis cohesiva y convincente.

A partir de este criterio considero necesario que para este tesis de análisis del espacio turístico definir claramente los parámetros del concepto del espacio turístico, qué tipo de espacio turístico puedo encontrar y cómo de acuerdo al tipo de espacio turístico se puede desarrollar adecuadamente un lugar o región.

Autores como Vera Rebollo⁶, López Palomeque⁷, Marchena Gómez⁸, Antón Clavé⁹ (1997), van más allá al recalcar que el turismo es un fenómeno espacial, y que por lo tanto su concepción y análisis debe hacerse desde la escala espacial; ya que en el espacio se proyecta tiempo de estancia, y el movimiento o desplazamiento consume tiempo. Estancia y desplazamiento tienen una duración, una dimensión temporal, requieren un tiempo determinado.

Por otra parte refieren que, el turismo es “espacio-movimiento”, la práctica turística implica un desplazamiento en el espacio, que la hace, una de las acciones humanas más genuinamente territoriales, si se la compara con otras actividades sociales o económicas.

⁵ Especialista en Educación Lingüística y profesora asociada de la Universidad de Nuevo México

⁶ Catedrático de Análisis Geográfico Regional en la Universidad de Alicante. Especialista en planificación del territorio y turismo

⁷ Catedrático de Análisis Geográfico Regional en la Universidad de Barcelona. Miembro de la Asociación de Geógrafos españoles (AGE)

⁸ Profesor titular de Análisis Geográfico Regional de la Universidad de Sevilla. Consultor de la OMT.

⁹ Docente en el Área de Análisis Geográfico Regional de la Universidad Rovira i Virgili de Tarragona

2.1 Análisis y precisiones entorno al concepto de espacio turístico

Toda vez que se ha definido que para el desarrollo de una actividad turística se requiere un funcionamiento idóneo del sistema turístico y puesta en valor de los atractivos turísticos, los cuales tienen una ubicación específica en el territorio, es decir ocupación de un espacio físico, para ello es necesario aclarar a que llamamos espacio.

Dependiendo de la escala que se quiere abarcar, el espacio físico puede extenderse desde el universo hasta una pequeña parte de la tierra señala Boullón¹⁰ (1985). Y que de todas esas variantes la única que resulta planificable para el turismo es la que se refiere a la corteza de la tierra.

Según Boullón, el espacio físico tiene de por sí tres dimensiones (espacio plano, espacio volumétrico, y espacio tiempo) y solo adquiere la cuarta dimensión en el momento que el hombre interviene como observador, lo cual equivaldría a decir que la cuarta dimensión es subjetiva.

- a) Espacio plano: que tiene dimensiones (largo y ancho) y sirve para conocer el tamaño de cosas como la tapa de un libro o el piso del pasillo de un hotel.
- b) Espacio volumétrico: que tiene tres dimensiones (largo, ancho, y alto) y se refiere a la forma de los cuerpos con masa, como un libro o a la forma de un vacío, como lo es el pasillo de un hotel.
- c) Espacio tiempo: que agrega a las dimensiones anteriores una nueva, representada por el tiempo que tarda un observador en recorrer un espacio, como el pasillo de un hotel o en apreciar un volumen, como las pirámides de Keops, en Egipto.

La existencia de una cuarta dimensión es un dato muy importante a tener en cuenta, cita Boullón, para los planificadores del uso de los atractivos turísticos, porque un estudio minucioso de la calidad espacial de cada lugar debe servir para trazar los recorridos ideales y para estimar los tiempos óptimos y mínimos de cada visita.

¹⁰ Arquitecto argentino, especialista en Planificación del turismo. Autor de varios libros relacionados a este tema.

2.2 Clases de Espacio

El lenguaje del planeamiento maneja siete tipos distintos de espacio físico (real, potencial, cultural, natural, virgen, artificial y vital). Algunos de estos corresponden a distintas expresiones materiales del espacio físico (cultural, natural, virgen, artificial), otros son calificaciones conceptuales propias del planeamiento (real y potencial) y uno de ellos pertenece al campo de la ecología (vital).

A continuación se definirá (Boullón, 1985), lo más exactamente posible, a cada una de las siete tipologías, para asegurar la comprensión de estos conceptos básicos:

- **Espacio Real:** se refiere a toda la superficie de nuestro planeta y a la capa de la biosfera que lo envuelve, que pueden ser captadas por el hombre a través de sus sentidos. Es real porque resulta factible comprobar su existencia, desplazarnos por el y en muchos casos llegar a modificarlo.
- **Espacio Potencial:** es la posibilidad de destinar el espacio real a algún uso distinto del actual; por lo tanto, el espacio potencial no existe en el presente, su realidad pertenece a la imaginación de los planificadores, cuando después del diagnóstico, al pasar a la parte propositiva del plan se estudian las posibilidades de uso de un territorio.
- **Espacio Cultural:** es aquella parte de la corteza terrestre que a causa de la acción del hombre ha cambiado su fisonomía original, también se le denomina espacio adaptado. Según varíe el tipo de tarea que el hombre realiza sobre el espacio cultural o adaptado, se originan el espacio natural adaptado y el espacio artificial.
 - **Espacio Natural Adaptado:** son las partes de la corteza terrestre donde predominan las especies del reino vegetal, animal, y mineral, bajo las condiciones que le ha fijado el hombre. También se le denomina espacio rural para señalar las actividades productivas que allí se realizan. En el espacio natural adaptado (o rural) los árboles crecen de acuerdo con las fuerzas de la naturaleza, pero es el hombre quien decide donde debe nacer y cuanto tiempo van a vivir.
 - **Espacio Artificial:** Incluye aquella parte de la corteza terrestre donde predomina todo tipo de artefactos, construidos por el hombre. Su máxima

expresión es la ciudad, por eso, es que también toma el nombre de espacio urbano. En el todo lo que existe lo ha hecho el hombre.

- **Espacio Natural Virgen:** son aquellas áreas, cada vez más escasas, del espacio natural sin vestigios de la acción del hombre.
- **Espacio Vital:** esta forma espacial no se refiere a la tierra, sino al hombre o a cualquier otra especie del reino mónera, protista, vegetal y animal y a su entorno o medio favorable que requiere para poder existir.

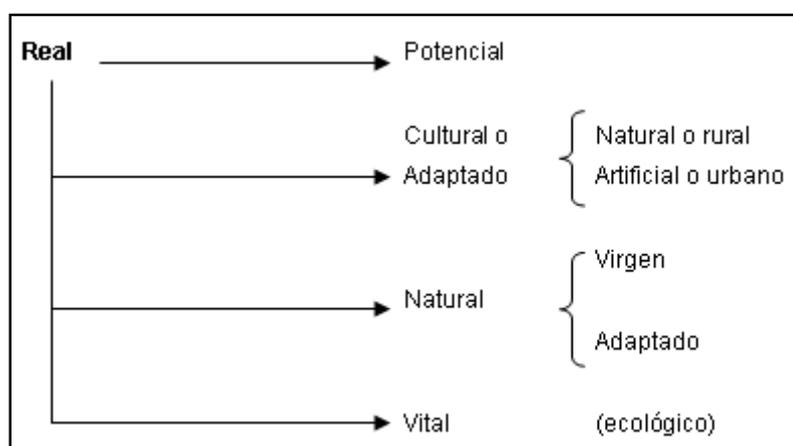


Figura 2: Tipología de espacio físico según Boullón

2.3 El Espacio Turístico

El espacio turístico es la consecuencia de la presencia y distribución territorial de los atractivos turísticos (materia prima del turismo). Este elemento del patrimonio turístico, más la planta y la infraestructura turística, es suficiente para definir el espacio turístico de cualquier país (Boullón, 1985)

Este autor señala que una de las características físicas de los atractivos turísticos es su *discontinuidad*, es debido a esto, es decir, a que el espacio turístico es entrecortado que no se puede utilizar técnicas de regionalización para proceder a su delimitación, porque se debería abarcar toda la superficie del país o de la provincia en estudio cometiendo un error al hacer figurar como turísticas grandes superficies que no lo son.

Es por este motivo que no se puede hablar de región turística, reemplazando este concepto por el de la teoría del espacio turístico.

Lozato-Giotart, 1987, citado por Vera Rebollo et al. (1997)

La noción de región turística, en la medida en que es posible definirla con precisión, responde a un área con cierta densidad de frecuentación turística y con una imagen que la caracteriza. A menudo se confunde o identifica con un conjunto natural en cuyo interior queda englobada. Por ejemplo, constituye una región turística, el conjunto de grandes núcleos o focos de importante frecuentación turística del litoral localizados en diversos municipios, limítrofes y pertenecientes a un mismo conjunto geográfico.

Fernández Fuster, 1988, citado por Vera Rebollo et al. (1997):

Que un hecho que añade dificultad a esta conceptualización es que el concepto “región turística” se utiliza indistintamente a diferentes escalas, y tanto puede aplicarse a grandes espacios supranacionales y supraestatales como a ámbitos intraestatales.

Además Vera Rebollo et al. (1997) señalan:

Que la complejidad del fenómeno turístico, y en, particular, su vinculación al medio geográfico abren una gran diversidad de “regiones” o “espacios” turísticos: espacio o región turística de carácter internacional, o región de orden nacional, según su funcionalidad; y también entre otras diferenciaciones, aparecen las regiones por sus propios atractivos-recursos (litoral, montaña, cultura, etc.)

Una de las denominaciones más corrientes sobre áreas turísticas con características más o menos homogéneas y, sobretodo, con una imagen que las identifica, es la que hace referencia a las “zonas geoturísticas”, que normalmente tienen escala intraestatal. Zonas geoturísticas cuyo origen es la creación de una imagen corporativa y un determinado grado de funcionalidad, sobre todo, desde una perspectiva de promoción. También es frecuente, especialmente en determinados contextos, el uso de unidades político-administrativas como ámbitos turísticos o, lo que es lo mismo, la identificación de regiones administrativas como regiones turísticas. Ello obedece a razones de organización, de actuación, y planificación, es decir, de operatividad que

se proyecta incluso en aspectos de carácter estadístico, así como a razones de promoción general o política de la propia región.

Este último punto no es anecdótico, sino que, en la práctica, es habitual que para el conocimiento de la realidad turística de un territorio se disponga de información “territorializada” a escala “regional” o desagregada en unidades administrativas inferiores, lo cual “obliga” a considerar la realidad turística basada en la región administrativa. En otro orden de cosas, también la organización de la administración turística (de gestión, de promoción, etc., en el sector público o en el privado) se inserta en el ámbito político administrativo regional, lo cual provoca en determinados contextos se identifique y se utilice el ámbito de la región político-administrativa como región turística. (p.60)

Para Roberto Boullón (1985):

La forma más adecuada de determinar un espacio turístico es recurrir al método empírico, que permita observar la distribución territorial de los atractivos turísticos y de la planta, a fin de detectar las agrupaciones y concentraciones. De ese modo, por medio de un procedimiento sistemático y de la aplicación de las metodologías específicas.

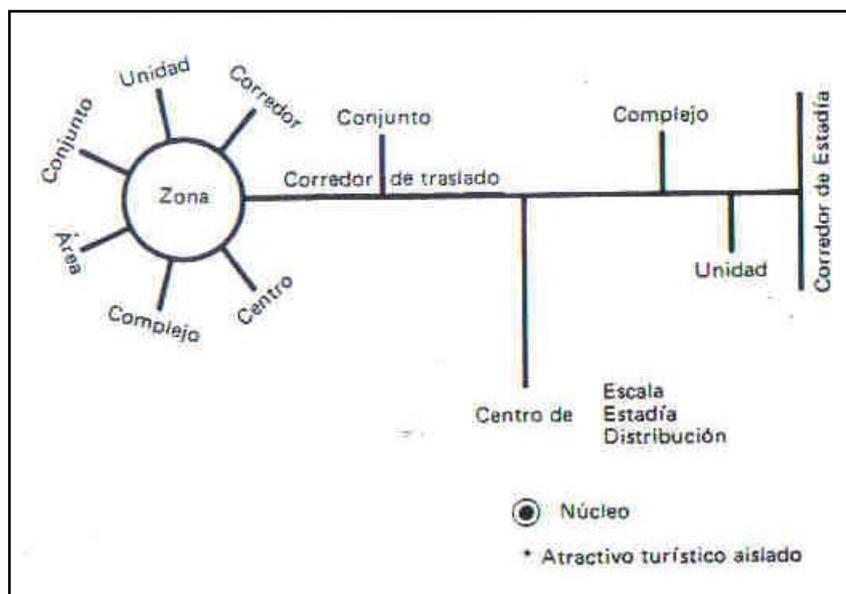


Figura 3: Relación entre los componentes del espacio turístico.
Fuente: Roberto Boullón

La teoría del espacio turístico es la base para organizar todas las acciones del sector. En cuanto al campo específico de la planificación física, la teoría del espacio es un instrumento útil para guiar el análisis y diagnóstico del sector mediante un procedimiento que simplifique el trabajo intelectual al conducirlo en forma ordenada. Posteriormente y de acuerdo con la potencialidad de cada elemento, y las proyecciones de la demanda, en primer lugar, habrá que establecer los límites de crecimiento de todos los elementos del espacio turístico analizado y, luego, calcular con un satisfactorio nivel de aproximación las categorías y tipos de planta turística por construir, en cada etapa de su evolución.

2.4 Tipos de espacios turísticos

Los resultados de la identificación y caracterización de espacios turísticos aparecen determinados por la escala de análisis de referencia, en cada caso, y por el criterio que se aplique para el establecimiento de la tipología, así como por los propios componentes “territoriales” del espacio turístico. La tipología de espacios turísticos puede fundamentarse, así, en diversas variables. La más utilizadas son la antigüedad de su reconocimiento y de su puesta en valor, la naturaleza y el papel de los procesos de creación de las estaciones turísticas, y la identificación de los grandes tipos de agentes, el momento evolutivo o fase del ciclo de vida, el tipo de clientela dominante, el carácter estacional de la explotación turística o la magnitud y variedad de equipamientos turísticos.

Un punto de referencia generalizado es la consideración del recurso en el que se basa la actividad turística y la condición geográfica del espacio, Vera Rebollo et al. (1997)

Para autores como Boullón (1987) basándose en el pensamiento de Ward y Dubos (1972) de que el hombre habita en dos mundos, el uno es el mundo natural de las plantas y los árboles; y el otro mundo es el de las instituciones sociales y de los artefactos y herramientas que construyen los humanos, el espacio terrestre en consecuencia se divide en dos grandes categorías:

- Espacio Natural
- Espacio Urbano

Y que tanto en una como la otra de estas categorías, se distribuye el espacio turístico y, por ende, todos los atractivos que la conforman de acuerdo a la clasificación de los mismos.

Vera Rebollo et al. (1997) dan una clasificación básica, también diferenciando el tipo de entorno y recurso de cada espacio y las distinguen entre:

- Espacios litorales
- Espacios Urbanos
- Espacios rurales
- Espacios Naturales

Esquema que constituye el fundamento de la distribución de los cuatro entornos turísticos estructurales. Estos autores también consideran los atributos naturales y culturales de cada uno de ellos, además de los productos creados y mercantilizados conducen a unos rasgos distintivos, observados en todos y cada uno de los hechos que conforman el fenómeno turístico.

Una vez diferenciado los principales espacios turísticos de acuerdo a su uso y recurso que lo identifica considero meritorio realizar un análisis de las implicaciones y los patrones específicos que manejan estos diferentes “espacios turísticos”, de acuerdo a su localización y las diferentes actividades turísticas que se proyectan en el territorio.

Patrones de cambios de los diversos espacios turísticos

La explotación de los recursos que argumentan la localización espacial del turismo es el hecho que permite diferenciar los entornos o ámbitos territoriales, configurados por la función turística. Junto con la importancia tradicional del espacio turístico del litoral (ámbito que concentra la mayor parte de la oferta y del movimiento turístico mundial y muestra los mayores efectos de transformación y reorganización), las prácticas turísticas y recreativas en espacios rurales, naturales, y urbanos alcanzan un notable desarrollo, en consonancia con las nuevas preferencias de la demanda, Vera Rebollo et al. (1997)

Las previsiones de crecimiento para los próximos años refrendan estas tendencias diversificadoras en la localización turística, que generan importantes consecuencias de

índole territorial, económico, y social. En el caso del turismo del litoral son los procesos de reestructuración y cualificación los que merecen atención especial; mientras que la valoración de lo natural y rural abre nuevas perspectivas para el turismo como instrumento de desarrollo en áreas deprimidas. Por su parte, los espacios urbanos constituyen escenarios de ocio y turismo, asociados a la cultura y a la oferta global y diferenciada de cada ciudad, permitiendo argumentar estrategias sobre el modelo y la renovación de la escena e imagen urbana.

Dado que el interés de esta tesis es adentrarse en el *fenómeno turístico de la ciudad de Guayaquil*, clasificando el hecho mismo de ser ciudad como urbano, no me extenderé en detalles específicos respecto a los espacios turísticos diferentes al urbano, es decir al espacio turístico del litoral, rural o natural.

2.5 El turismo urbano

Definición:

Según Fomeau (2007) se define turismo urbano al conjunto de recursos, productos, prácticas turísticas que se encuentran en una ciudad para visitantes del exterior. Es decir que existe un desplazamiento. Pero que a su vez es un turismo complejo, por la diversidad de formas de turismo que se desarrolla en la urbe, es multidimensional, y multipropósitos.

Turismo basado en satisfacer las exigencias del turista curioso de ver de cerca pueblos o ciudades en su entorno “auténtico” y poder disfrutar de las manifestaciones de sus formas de vida, que se reflejan en sus obras de arte y productos de artesanía, gastronomía, fiestas, literatura, arte, etc. Según Jafari, 2000.

Además su implantación turística es un juego al revés, es decir, en las anteriores modalidades de turismo, existe primero el recurso (Litoral: mar, playa, sol o Sierra: nieve, esquí, etc.) y después las infraestructuras, los equipamientos turísticos; se inventa o se construye la ciudad turística. Mas en el caso del turismo urbano, la ciudad existe primero con toda sus infraestructuras, y luego se planifica que la ciudad misma sea un recurso turístico.

2.5.1 Antecedentes

Si bien tradicionalmente el turismo urbano y metropolitano ha sido un campo de estudio olvidado tanto por la literatura analítica sobre el turismo como por la literatura analítica sobre la ciudad, desde hace ya algunos años está creciendo el interés en ambos campos de la investigación por el papel actual y potencial de las ciudades como espacios de destino turístico (Page, 1995) citado por Vera Rebollo et al (1997).

Las ciudades y las grandes áreas metropolitanas son espacios privilegiados de concentración creativa, simbólica y productiva. La competencia que se ha establecido entre ella en la actual etapa de crecimiento postindustrial y de globalización económica las ha llevado a dotarse de infraestructuras, equipamientos y servicios estratégicos a fin de mantener su posición jerárquica.

El turismo urbano y metropolitano permite rentabilizar social y económicamente las enormes inversiones públicas que algunas ciudades han realizado. El uso turístico de la ciudad ha tendido a convertir su epidermis en un espectáculo diferenciado y singular, en una estrategia de seducción, en un escaparate funcional y en una clara posibilidad de integrar nuevas funciones en espacios tradicionales y de generar nuevas piezas urbanas en los suelos donde la actividad industrial ya no tiene sentido, Vera Rebollo et al. (1997)

Continúa en la siguiente página...

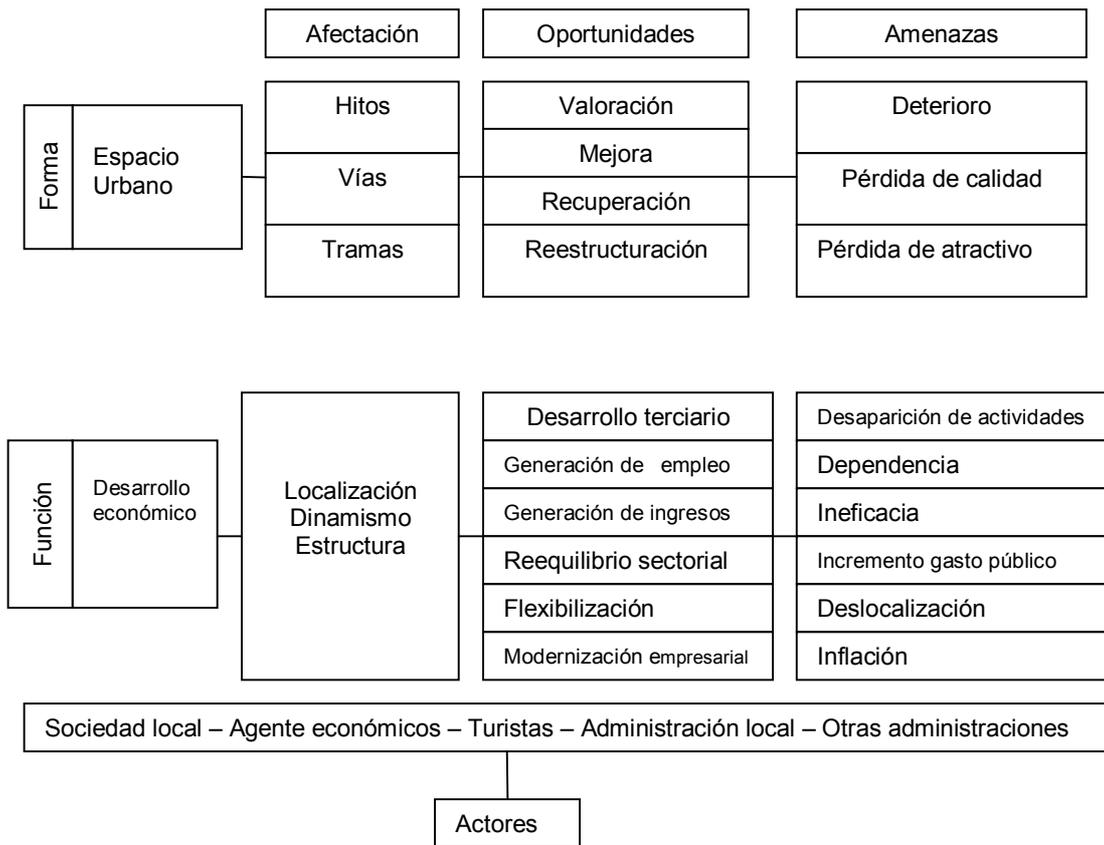


Figura 4: Oportunidades y Amenazas del turismo urbano. Fuente: Vera Rebollo et al.

2.5.2 Evolución del turismo urbano

El turismo urbano ha tenido un crecimiento sostenido del 4% en la última década a nivel del continente europeo, Forneau (2007, apuntes de clase). Y responsable del 35% de los desplazamientos en Europa, siendo Francia el primer país receptor. Para los franceses por ejemplo tiene 23% de preferencia frente a los otros destinos tradicionales, como el de litoral que tiene 38%.

En España por ejemplo el crecimiento ha sido desigual entre algunas ciudades conocidas como turísticas, siendo Valencia quien ha explotado fuertemente el recurso turístico de la ciudad. (Ver Gráfico 3)

A nivel europeo, el nivel medio de estancia es de 3 a 5 días. En el primer país receptor del turismo urbano, la media es de 4,6 días.

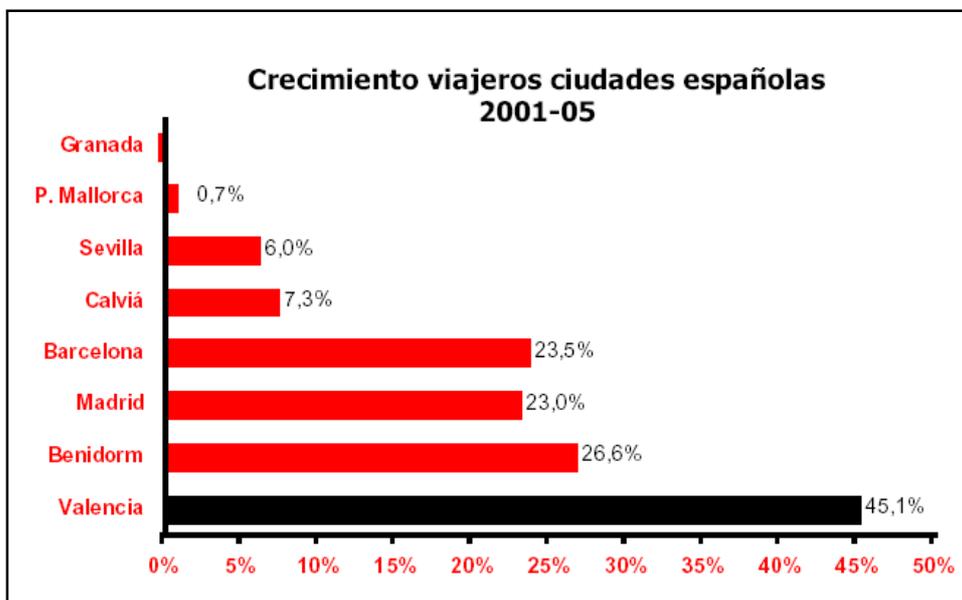


Gráfico 3: Crecimiento de viajeros a ciudades españolas
Fuente: Francis Forneau, 2007. Apuntes de clases, tomados del INE, España

Las razones de la expansión de las modalidades de turismo asociadas a la ciudad deben buscarse en su propia naturaleza, en la conexión de los productos urbanos y metropolitanos con las nuevas expectativas de la demanda turística y en su adecuación a los nuevos sistemas de producción turística –flexibles, segmentados e integrados-. Este crecimiento debe relacionarse también con una nueva temporalidad del ritmo de ocio y de trabajo de la población en la que, más allá de los desplazamientos hacia las ciudades por motivos de negocios o similares, la movilidad recreativa adquiere nuevas dimensiones, Vera Rebollo et al. (1997).

2.5.3 Distintas formas de turismo urbano

- ◆ Turismo de “obligación”: recursos para la población de las cercanías (comercios, administración, formación, salud...).
- ◆ Turismo de negocios: abastecimiento de la ciudad, presentación de nuevos productos, manifestaciones feriales...

- ◆ Turismo de congresos: individuos con acompañantes, grupos profesionales... Estos dos tipos de turismo necesitan lugares apropiados: palacios de congresos, recintos feriales, hoteles especializados (aeropuertos).
- ◆ Turismo de recreo, ocio, esparcimiento: mas multiformes (ciudad = universo original y variado).

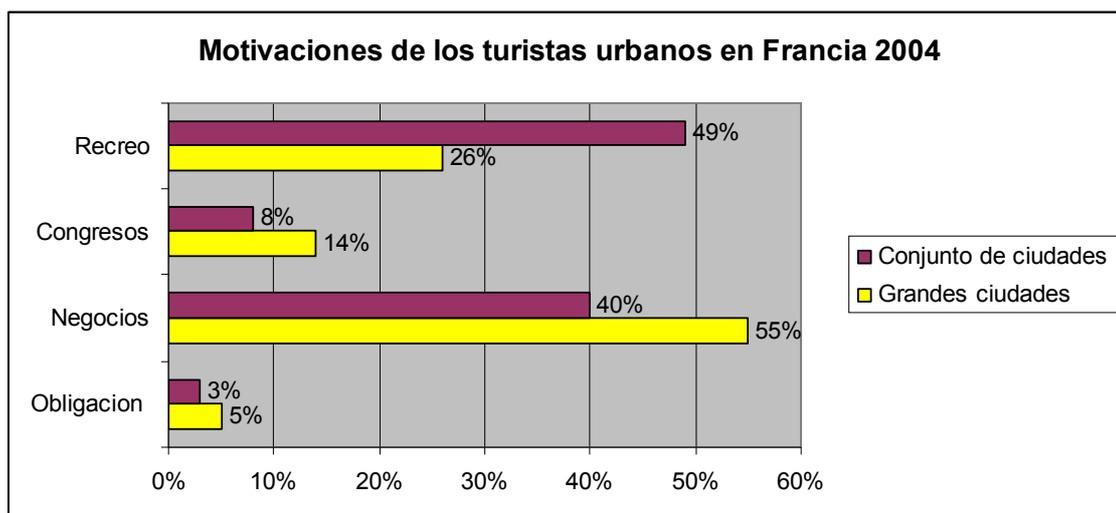


Gráfico 4: Motivaciones de los turistas urbanos en el año 2004, Francia.
Fuente: Francis Forneau, 2007. Apuntes de clases

El uso de la ciudad como espacio de integración de productos turísticos responde, de hecho, al interés creciente de la población por las cuestiones culturales y a la intensificación de prácticas de uso múltiple del espacio, Vera Rebollo et al. (1997)

Además, según algunos investigadores, este fuerte incremento, que afecta tanto al consumo como a la producción, no puede desvincularse del desarrollo de formas posmodernas del turismo, (Ury, 1990; Richards, 1996) citado por Vera Rebollo et al. (1997).

Según Cazes y Potier (1996), tres grandes tendencias impulsan y acompañan esta eclosión del turismo urbano y metropolitano:

- El espectacular desarrollo de la movilidad recreativa* y, en particular, del turismo de corta duración (con un crecimiento de 3,5 veces mayor que el de las vacaciones de larga duración y con más de la mitad de los desplazamientos de este tipo dirigidos a las ciudades en Europa occidental)

- b) *La nueva atracción que suponen, en el marco de una renovada estructura de motivaciones de la demanda, los recursos culturales y patrimoniales* (que se demuestra a través del éxito de las grandes exposiciones y megaeventos, el crecimiento de las visitas a museos y monumentos y la búsqueda un tanto febril de vestigios históricos, especialmente en el corazón de las ciudades).
- c) *La regeneración del paisaje urbano, de su imagen y su atractivo*, especialmente en las regiones de antigua industrialización (esta regeneración se desarrolla en el contexto de la emergencia de una nueva ciudad posmoderna o postfordista en la cual se inscriben las exigencias del consumo, de la identidad, de la seducción y de la puesta en escena y en imagen).

En cualquier caso, está claro que el actual conocimiento del uso de la ciudad por parte de sus visitantes está condicionado por la propia sistemática de observación del turismo. Sin embargo, una mayor precisión podría ser útil para la propia ordenación y gestión de la ciudad como sistema de productos turísticos. Este sería el caso si las estadísticas disponibles sobre turistas y sobre vacaciones permitieran reconocer cuestiones como el perfil espacio-temporal del turista que tiene como destino – preferente u ocasional- la ciudad. En este sentido, por poner un último ejemplo, entre los turistas no profesionales (congresos, seminarios, reuniones, negocios) podrían diferenciarse los siguientes tipos de usuarios (modificado por Vera Rebollo et al. a partir de Clary, 1993):

- a) Los visitantes de corta duración (individuales en tránsito o en movimiento de una ciudad a otra a través de un circuito organizado)
- b) Los visitantes que utilizan la ciudad como centro de actividades, ya sea porque la toman como base para conocer su entorno regional, o ya sea porque la usan como un complemento a su principal destino de vacaciones.
- c) Los visitantes de larga duración (que han escogido la ciudad como destino y requieren de ella un correcto acondicionamiento y ordenación en tanto que sistema de productos).

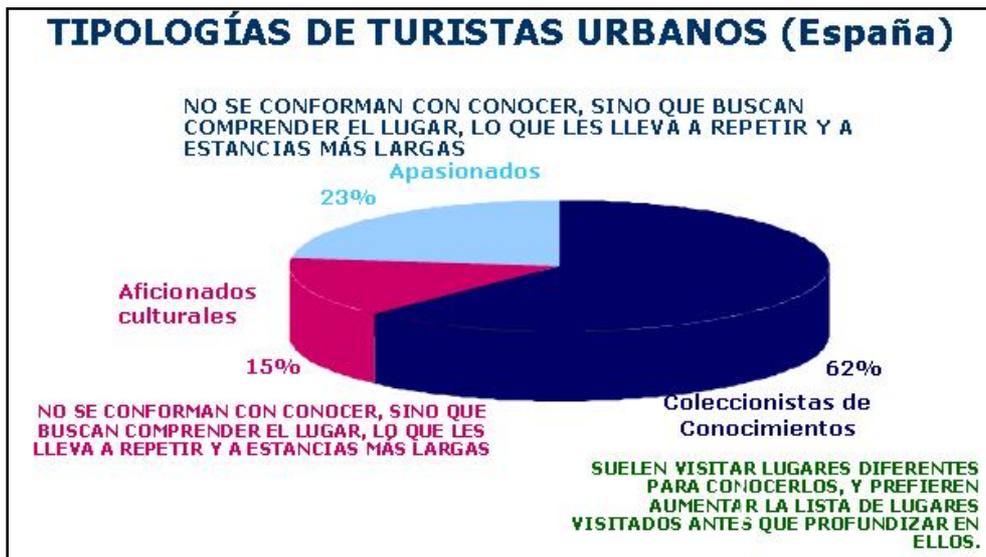


Gráfico 5: Tipologías de turistas urbanos de España,
Fuente: Turespaña

2.5.4 Las múltiples formas del turismo de recreo en ciudades

Ya se había explicado la amplitud que abarca el turismo urbano o de ciudad, dado a la diversidad de manifestaciones turísticas que pueden converger en su espacio turístico, y más o menos se definirá acorde a sus elementos intrínsecos y recursos que los planificadores consideren valorar turísticamente:

- ◆ Descubrimiento del patrimonio arquitectural: monumentos, plazas, calles, lugares “históricos” (acontecimientos, personajes) = Productos: recogidos urbanos.
- ◆ Descubrimiento del patrimonio cultural: museos, exposiciones, acontecimientos culturales (festivales) o deportivos (competiciones), recursos específicos: religión (Lourdes), salud (termalismo).
- ◆ Descubrimiento de equipamientos “focos” (de gran fama): cultura y recreo (Louvre, Moulin Rouge en París, Scala en Milano, Guggenheim en Bilbao...), deportes (estadio de Francia en París y estadios de grandes equipos, pistas de hielo para “Holidays on ice”, plazas de toros...), compras (París, Londres...)

- ◆ Descubrimiento económico de la ciudad:
 - Sitios industriales, “nuevas tecnologías” (“ciudad del espacio” en Toulouse, fábrica de “Airbus”)...
 - Parques temáticos (“futuroscope” en Poitiers, “Isla de la Cartuja” en Sevilla, parques tipo “Disney Land”)...
 - Centros de artesanía: Toledo...
 - Mercados típicos: el campo en la ciudad, productos regionales, productos “biológicos”
- ◆ Descubrimiento de la naturaleza en la ciudad:
 - Parques y jardines
 - Orillas de río y cruceros en barcos
- ◆ Descubrimiento del “Arte de vivir” y “ambientación” de la ciudad:
 - Bares, restaurantes, gastronomía, “tapeo” en Andalucía...
 - Discotecas y salas de conciertos (música clásica como giras de estrellas de la canción).
 - Ambiente festivo: fines de semana y fiestas famosas (Semana Santa y Feria de Abril en Sevilla).

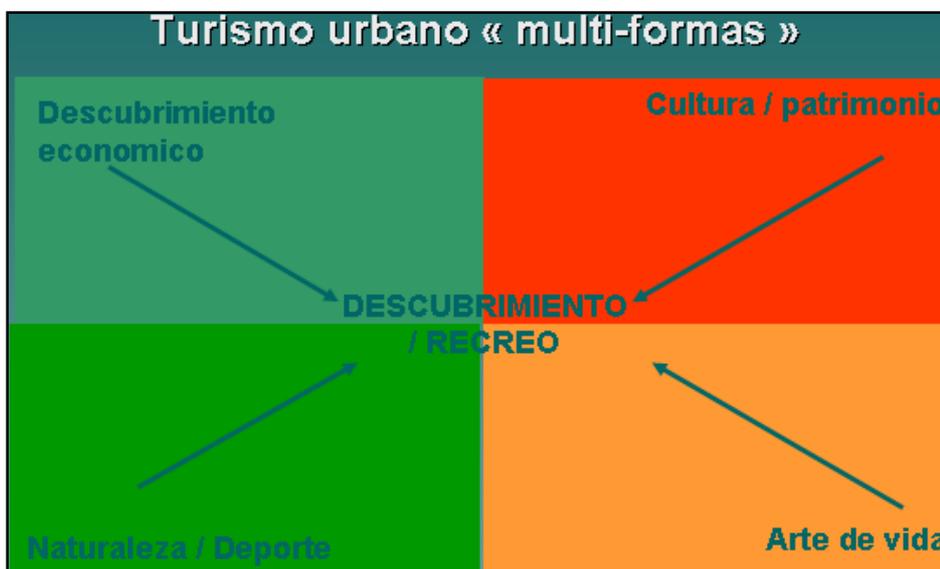


Figura 5: Multiformas del turismo urbano. Fuente: Francis Forneau, material de clases

La característica de este turismo de recreo es que no sufre tanto de la estacionalidad como el turismo de vacaciones clásico (playa y nieve); y los equipamientos y productos sirven tanto para los turistas como para los residentes (mejora de la ciudad y mejor rentabilidad de las inversiones).

TIPO DE CIUDADES TURISTICAS

Ciudad turística “clásicas”	Creadas para la actividad turística (playa y nieve)
Ciudad Patrimonial	París, Roma, Venecia , Granada
Ciudad Cultural	París, Milano, Madrid, Bilbao
Ciudad “arte de vivir”	Burdeos, Sevilla
Ciudad de ‘compras”	París, Londres, Roma
Ciudad de “peregrinación”	Lourdes, Jerusalén

Tabla 2: Tipo de ciudades turísticas.

Fuente: elaboración propia, en base a apuntes de clases, Francis Forneau

2.5.5 Factores favorables al crecimiento del turismo urbano

Existen factores que de una u otra manera vuelven a las ciudades cada vez más atractivas para el turismo. Por ejemplo la fuerte identidad que se pueda proyectar de una ciudad a partir de su historia, monumentos, cultura, comercio, esparcimiento.

Por otro lado la renovación reciente de los centros urbanos, poniendo como prioridad el rescate del patrimonio arquitectónico y cultural, así como su infraestructura urbana con facilidades de accesos para el turista o visitante, ejemplo zonas peatonales, tranvías, monumentos y museos.

El incentivo a la inversión privada sobretodo en el sector turístico, con la creación de equipamientos y lugares prestigiosos por ejemplo: palacios de congresos, hoteles de 4 y 5 estrellas, parques temáticos.

La promoción turística y el marketing de la ciudad también representa un factor importante, con la alianza estratégica de empresas del sector turístico para la puesta en valor de nuevos “productos turísticos” o “paquetes turísticos” de fin de semana o para un segmento de población (jóvenes, jubilados; tren+alojamiento+transfers +city

tours), “pasaportes turísticos” para visita completa y rápida de la ciudad (visitas guiadas por móvil para turistas que tienen prisa), etc.

Otro recurso del que últimamente se están valiendo los “marketeros turísticos”, es la creación de acontecimientos específicos con el fin de atraer el mayor flujo de turistas y visitantes, eventos culturales (festivales), eventos deportivos (competiciones), eventos económicos (Ferias de turismo), eventos gastronómicos (Oktober Fest, Alemania) etc.

Aprovechar el hecho de que una ciudad sea lugar “de paso obligado” por la llegada de extranjeros y forasteros en aeropuerto y estaciones con estancias cortas en la ciudad o redistribución para otros destinos.

Las ciudades grandes, o metrópolis también resultan atractivas para otro segmento de población, para esos ciudadanos de pueblos y pequeñas ciudades rurales que acuden a ella por necesidad, sea esta de servicios administrativos, compras específicas, formación y salud, etc.

El desarrollo de los medios de transporte de bajo coste, también ha favorecido la evolución del turismo urbano, así como el alojamiento fácil y muy diversificado, informaciones y reservas cada vez más rápidas (Internet).

El modo como ha venido evolucionando la sociedad en general en la última década también influye en el turismo urbano, por la necesidad de una movilidad profesional cada vez más importante, la fragmentación de las familias: hay incidencia de crecimiento de visitas a parientes y amigos, la reducción del tiempo de trabajo (35 horas en Francia), fines de semanas más largos por ende mayor tiempo para la recreación. El disfrute de vacaciones más cortas pero mejor repartidas durante el periodo anual con estancias media de 3 a 5 días en las ciudades; así como el crecimiento de las motivaciones culturales y alza del nivel de vida por ejemplo los jubilados y estudiantes que representa un segmento de clientes importante.

El futuro del turismo urbano es alentador, pero este crecimiento necesita una verdadera política de ordenación turística en el medio urbano para llegar a un turismo sostenible. Se hace necesario estrategias colectivas para la ordenación, gestión y desarrollo de la ciudad tanto a nivel turístico como global.

2.5.6 La Gestión del turismo en el espacio urbano

Si bien ciudad, ocio y turismo son tres conceptos vinculados a modelos culturales contemporáneos, su relación no está exenta de problemas. El uso que de la ciudad suelen hacer los turistas se caracteriza por la concentración espacial y la selectividad. Cada visita está condicionada por el tiempo, la movilidad y el grado de conocimiento previo de la ciudad por parte de los turistas. De hecho, solo una parte de los recursos y atracciones de la ciudad suelen ser visitados. La selección es resultado de la interacción entre productores (operadores, administración de turismo) y consumidores (turistas), sobre la base del concepto que unos y otros tienen sobre lo que puede y debe ser visitado, y, generalmente, en relación a lo que Hayworth (1990) ha denominado, para el caso del turismo cultural, “momentos culminantes” (monumentos más importantes de la ciudad, rodeados de atmosfera histórica y dispuestos según un modelo espacial concreto que evita los pocos atractivos aspectos que también tiene la ciudad), Vera Rebollo et al. (1997)



Foto 2: Turistas japoneses recorriendo el Barrio Santa Cruz, en Sevilla. Fuente: Archivo personal

En cada ciudad, la realidad urbana y las necesidades del turismo urbano y metropolitano son muy heterogéneas. No todos los recursos ofrecen las mismas posibilidades, ni todas las ciudades pueden plantearse con igual fortuna el desarrollo del turismo y la gestión de flujos que genera...Es necesario tener en cuenta el potencial carácter de masas del turismo urbano, y la cuestión de la capacidad de carga de la ciudad y de sus componentes como soporte de la actividad turística...Vera Rebollo et al. (1997).

El contenido del concepto de capacidad de carga está directamente vinculado a la fase del desarrollo de la ciudad como producto turístico y a las propias características de sus visitantes. En este sentido, por ejemplo, una diferenciación importante no solo en términos analíticos, sino también en términos de gestión y de impactos, es la que se puede establecer entre turistas propiamente dichos y excursionistas o visitantes de día o de horas (casi 6 millones en Venecia o Ámsterdam, y en torno a 2 millones en Brujas y Florencia, según Borg y Gotti, 1995). La diversidad implica procedimientos diferentes y sistemas estratégicos de gestión específicos. Tanto turistas como excursionistas tienden a saturar ciertas áreas y generar conflictos de usos que deben ser ordenados. Dos de los más comunes son los movimientos en torno a los polos museísticos o de atracciones urbanas y los flujos de transporte en el interior de la ciudad. En este sentido, la gestión de flujos es capital.

Para ello será necesario, además del refuerzo de las medidas habituales, el establecimiento de medidas de los siguientes tipos:

a) Directas:

- la gestión del espacio (una planificación de las zonas que privilegie la concentración o la dispersión de los turistas);
- la regulación de la actividad de los turistas según usos, tamaño de grupos, duración de la estancia o períodos de tiempo;
- la limitación de flujos a través de las condiciones de apertura.

b) Indirectas:

- la alteración física del espacio (mejora, o no, de los accesos);
- la información;
- los precios

Esta cuestión plantea de hecho, una problemática a un doble nivel (Cazes, 1996), citado por Vera Rebollo et al:

- a) Técnico: implica la adopción de medidas para la gestión de sobrecargas –todas ellas discutibles- de carácter restrictivo, disuasorio o selectivo.
- b) Político: implica la definición de opciones que delimiten la función o las funciones del espacio donde se localiza el recurso, es decir, su nivel de uso y función turística.

En relación a esta segunda problemática, debe recordarse que, por muy singulares que sean los recursos que la configuran como tal, cualquier ciudad es un artefacto territorial mucho más complejo en términos formales y funcionales que un mero producto o conjunto de productos turísticos. Ahí reside, precisamente, su capacidad competitiva para el desarrollo del turismo urbano y metropolitano.

Desde el punto de vista de la ciudad como entidad territorial es necesario resolver de manera equilibrada las relaciones entre la producción, la residencia, la recreación y el turismo. La especialización de determinados sectores urbanos en la acogida de turistas puede ocasionar problemas de segregación espacial incluso social, y, en último término y por analogía, el que una parte de la ciudad se convierta en un parque temático de singulares características y dificultades en cuanto a su gestión y ordenación. (Vera Rebollo et al. 1997)

CAPITULO 3

ANÁLISIS DE SITUACIÓN

3. Análisis de Situación

Una vez definido los conceptos y los términos en cuales se enmarcaría la tipología de turismo en Guayaquil, siendo esta de tipo urbano, para lo cual la ciudad se ha venido preparando tanto en un conjunto de obras de regeneración urbana así como en infraestructura turística y de servicios.

El objetivo principal de este capítulo será exponer la situación de los componentes del mercado turístico de Guayaquil, en la primera parte identificaré los principales recursos turísticos con los que cuenta y los trataré de clasificar de acuerdo a la tipología de turismo a desarrollarse en la ciudad, además de un análisis de la oferta turística de alojamiento y la oferta turística complementaria, las fuentes para este apartado serán el directorio de la Cámara Provincial de Turismo del Guayas, datos de la Asociación Hotelera del Guayas, el Registro catastral turístico del Ecuador y ciertos datos estadísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador.

3.1 ANTECEDENTES

Guayaquil es una ciudad que ha sufrido constantes cambios en las últimas dos décadas, de ser una ciudad con crecimiento caótico y descontrolado, con una imagen que no la favorecía en los medios nacionales y menos en los internacionales; hasta incluso llegar a aparecer en ciertas guías de turismo como ciudad “para no visitarla”.

Todo ello debido a los problemas políticos y sociales; políticos por las distintas administraciones publicas que habían pasado por la ciudad y no habían logrado un desarrollo ordenado y planificado de la misma, se descuidaban los recursos públicos y no había inversión en obras ni en orden social, debido a la alta tasa de migración desde otros cantones y provincias, dado el constante espíritu comercial y de negocios que ha tenido la ciudad. Nuevos ciudadanos, quería decir nuevos servicios nuevas obras, pero lo único que se logro es afianzar el crecimiento desmesurado y la falta de cobertura de servicios.

Como es consabido, el turismo puede ser influenciado por diferentes factores, para bien o para mal, en el caso de Guayaquil, como se ha mencionado ha sido la política, las malas administraciones de turno y las diferentes crisis económicas por las que

pasó el país. Y por ello cabe destacar, también, que a partir del año 1992, en que inicio una etapa de rescate de la identidad guayaquileña y de los recursos que como urbe tenia Guayaquil, con la nueva gestión municipal, se empieza hablar de Guayaquil una ciudad para visitar, con nuevas facilidades y accesos, con un ordenamiento urbano.

3. 2 RECURSOS TURÍSTICOS

Guayaquil es una ciudad con una diversidad de escenarios para ser visitados, con diferentes matices y atractivos; unos enmarcados por el río, otros realzan su bella naturaleza, otros enseñan su historia y están los que muestran su evolución y modernidad.

Todos estos atractivos aportan a la belleza de la ciudad y permiten que sea una de las ciudades con proyección turística del Ecuador.

Para analizar dichos recursos, he optado por clasificarlos por grupos de acuerdo a la tipología de turismo que se da o podría dar en Guayaquil, de acuerdo a sus características intrínsecas y describiendo el potencial que posee como podría aprovecharse y que factores podrían mejorar. (Ver Tabla 3 en la siguiente página)

Continúa en la siguiente página...

Tipología	Característica	Potencialidades/Retos
Turismo cultural -Turismo de monumental de visitas -Turismo de eventos -Turismo de museos	-Patrimonio arquitectónico y religioso restaurado -De gran importancia y tradición -Demanda muy heterogénea	-Rescatar e impulsar el valor histórico y cultural de estos recursos -Agrupar los recursos en productos específicos para mayor alcance de una demanda potencial -Crear una imagen fuerte de Guayaquil cultural a través de agendas culturales y eventos
Turismo de naturaleza -Turismo de aventura -Visitas a parques y reservas naturales	-Facilidad de acceso -Diversidad de recursos -Escape de lo urbano -Conciencia por lo medioambiental -Se completan a los circuitos urbanos	-Ubicación privilegiada en el Golfo de Guayaquil, rodeado de esteros, manglares y bosques -Segmentar adecuadamente la demanda muy heterogénea - Mayor promoción de dichos recursos
Turismo de compras y diversión nocturna	-Abundante oferta comercial -Variedad de marcas y tiendas -Oferta nocturna muy diversa	-Precios más económicos que en otras ciudades del Ecuador -Imagen de ciudad comercial -Ciudad calidad y fiestera -Mejorar la imagen de "ciudad insegura"
Turismo de Congresos, Ferias y negocios	-Diversidad de eventos -Alto nivel de consumo -Adecuadas infraestructuras -Se puede complementar con otras tipologías	-El mayor segmento de demanda en Guayaquil -Recientes inauguradas infraestructuras -Atraer mayor demanda a través de eventos de importante relevancia
Turismo Deportivo -Turismo espectador -Turismo participante	-Complementa otras tipologías -Produce mayor atracción -Demanda heterogénea	-Seguir creando instalaciones deportivas -Mayor aprovechamiento y difusión de las áreas deportivas -Creación de eventos deportivos en asociación con gremios deportivos
Turismo Parques Temáticos	-Turismo joven y familiar -Actividad al aire libre -Genera mayor flujo de turistas por grupos -Visitas durante todo el año	-Podría convertirse en la principal motivación de visita -Presenta diversidad de servicios turísticos -Mejorar la gestión y promoción de los mismos.

Tabla 3: Tipologías de turismo urbano en Guayaquil
Fuente: Elaboración propia

3.2.1 Turismo cultural

Como ya se mencionó anteriormente el turismo cultural permite el re-descubrimiento del patrimonio cultural de una ciudad, ya sean estos monumentos, museos, iglesias, acontecimientos culturales.

a) Turismo monumental de visitas

Y si bien Guayaquil no es una ciudad que posea recursos turísticos culturales de relevancia internacional, como es el caso del centro histórico de Quito, Patrimonio Cultural de la Humanidad, existen reconocidos lugares que ya están incluidos en la lista de a visitar. Por no ser el segmento de mayor demanda en Guayaquil, este tipo de turismo no es saturado y permite la fácil gestión de los flujos y mantenimiento de los mismos.

Hemiciclo de la Rotonda: Este monumento es el más representativo y más visitado de la ciudad de Guayaquil que conmemora la reunión de los libertadores Bolívar y San Martín el 26 de julio de 1822, en el edificio donde hoy funciona la Bolsa de Valores de Guayaquil. Está ubicado en Malecón y 9 de Octubre.

Torre del Reloj Público o Torres Morisca: Su planta octogonal tiene una cúpula árabe-bizantina. Está ubicado en Malecón y 10 de Agosto, frente al Municipio. Esta es otra de las edificaciones que se considera ícono de Guayaquil y ha sido resaltada con un marco escénico creado para elevar su importancia.

La Catedral o Iglesia Matriz: La Catedral Metropolitana de Guayaquil es oficialmente conocida como Catedral de San Pedro. Sus hermosas torres construidas en estilo semi-gótico son su característica principal y es considerada uno de los símbolos religiosos más importantes de la ciudad, fue construida en 1937 y es una de las más visitadas.

Plaza Olmedo: Dándole un tono de sobriedad y como gran final de la Avenida Olmedo, la que termina en el Malecón, se encuentra el monumento al prócer José Joaquín de Olmedo, primer alcalde de la Ciudad y Precursor de la Revolución del 9 de Octubre de 1820.

Plaza San Francisco o Rocafuerte: Extendida en la explanada de la Iglesia San Francisco, se eleva un monumento al primer presidente ecuatoriano de la República del Ecuador, Vicente Rocafuerte, es otro de los lugares favoritos por los turistas, debido a la presencia de palomas y de la reciente inaugurada fuente de agua.

Palacio Municipal de Guayaquil: Oficina administrativa del alcalde de la ciudad, pero de relevancia arquitectónica, construido por un italiano a inicios del siglo XX, de estilo neoclásico, es uno de los edificios más fotografiados de la ciudad.

El Barrio Las Peñas: al final del Malecón de Guayaquil, se ubica el Barrio Las Peñas. Aquí fue donde nació la ciudad, por lo tanto es un lugar repleto de historia. Actualmente es el hogar de muchos pintores y por lo general puedes encontrar exposiciones de pintura al aire libre. Este es quizás el único lugar de la ciudad en el que se conserva alguna huella de la época Colonial.

El Cementerio General: mausoleos de mármol italiano tallado adornando las lápidas de los más sobresalientes hombres y mujeres de toda la historia del país son encontrados a cada paso que uno da. Además, la belleza y tranquilidad que el lugar ofrece es incomparable. Es un museo de arte al aire libre.

b) Turismo de eventos

En este apartado se estaría hablando específicamente de los eventos culturales, como *Bienales de Bellas Artes, festivales musicales y folclóricos*. Para bien de Guayaquil, en el último lustro se ha venido desarrollando una agenda cultural como diversidad de eventos al aire libre de música, teatro, pintura y escultura.

La época de mayor flujo de turistas que asisten a este tipo de eventos se da con las fiestas de aniversario de la ciudad, en julio y octubre, que más bien se convertiría en algo complementario o algo más por ver en la ciudad, eventos como *Festival de las Artes al Aire Libre, Festival de Teatro Latinoamericano, Festival Internacional de Artes Escénicas, Exposición de Arte en el Barrio Las Peñas*, entre otros.

c) Turismo de Museos

El turismo de museos representa un importante segmento de demanda en los destinos culturales, y que incluso por sí solos podrían convertirse en la motivación principal de la visita turística, como el caso de Bilbao en España, donde existe un antes y un después de la creación del museo Guggenheim, convirtiéndose en un ícono de España. En Guayaquil, el uso de los museos se da más por cuestiones didácticas, y aún el mayor número de visitantes a los mismos provienen de los colegios y universidades. A pesar que los mismos tienen agendas durante todo el año, e incluso muestras arqueológicas de importante interés como el *Museo de Arqueología y Arte Contemporáneo* ubicado estratégicamente dentro del sector del Malecón 2000 y uno

de los más visitados por estar incluido en el itinerario turístico de mayor recorrido en Guayaquil, entre el Malecón y el Cerro Santa Ana.

Otros Museos de la ciudad son: *Museo de la Armada del Ecuador Abdón Calderón*, *Museo Nahim Isaías B*, *Museo Coronel Félix Luque Plata*, *Museo del Municipal de Guayaquil*, *Museo Presley Norton*, *Museo Casa de La Cultura*, *Museo de la historia de Guayaquil en miniatura*.

Debo destacar dentro de esta tipología (turismo cultural) también se podría incluir las manifestaciones culturales y folclóricas de Guayaquil, dado en su música y danza, así como en su herencia oral y literaria, un sinnúmero de aportaciones de famosos historiadores y folcloristas del Guayaquil de antaño, que organizado e inventariado se le podría dar una mayor difusión y estar al alcance de los turistas.

3.2.2 Turismo de Naturaleza

Como ya se conceptualizó con anterioridad, dado a las múltiples formas del “turismo de ciudad”, Guayaquil por su privilegiada ubicación geográfica, en el delta de un río con salida al mar, está rodeada de importantes áreas naturales dentro del distrito urbano así como en sus cercanías.

a) Turismo de aventura

El turismo de aventura es una de las actividades de mayor demanda dentro del Ecuador, existen destinos fuertes como Baños de Ambato donde se ofrece rafting, ascensos a las cascadas entre otros, y lo que mayoritariamente llama la atención es el entorno paisajístico y el contacto con la naturaleza.

Ese es uno de los factores favorables para el desarrollo de esta actividad en Guayaquil, existen reservas y bosques protegidos donde se pueden realizar senderismo, observación de fauna, camping, kayaking, y otras actividades de aventura.

b) Visitas a parques y reservas naturales

Dentro de esta tipología Guayaquil tiene importantes parques y reservas, que son de conocimiento local, pero que necesita invertirse en infraestructura de senderos y señalización dentro de los mismos, y de una mayor promoción a nivel local, y regional. Dentro del Guayaquil metropolitano están el *Bosque Protector Cerro Blanco*, *Reserva de Manglares Churute*, *la Isla Santay* referida como el pulmón de Guayaquil, que ofrece caminatas y observación de fauna y flora.

3.2.3 Turismo de compras y diversión nocturna

Guayaquil es puerto de compras, cuenta con más de 15 modernísimos centros comerciales, además de los mercados populares (flea markets-bahías) donde se encuentran productos de todo el mundo, gracias a la combinación de su puerto y aeropuerto intercontinentales, operables 24 horas, 365 días del año.

Por su actividad comercial el crecimiento de los centros comerciales con tiendas de reconocidas marcas internacionales ha sido constante, y las visitas de turistas nacionales que llegan a hacer sus compras también.

Esta ciudad además cuenta con dos Mercados de artesanías ecuatorianas, que son mayoritariamente de atracción de los turistas extranjeros, por la novedad de los productos ecuatorianos hechos por las manos de nuestros artistas.

La oferta de diversión nocturna es igual de variada, acontecimientos programados en bares, discotecas y peñas proporcionan una opción más al turista.

Los shows musicales y conciertos mantienen una importante agenda en la ciudad, generalmente espectáculos de ritmos tropicales como la salsa y el merengue, lo cual llama la atención a los turistas extranjeros con el gusto por el baile y la danza.

3.2.4 Turismo de Congresos, Ferias y negocios

Las actividades de ferias y congresos constituyen una de las manifestaciones turísticas que aportan mayor valor añadido a la economía de la ciudad, y generan un mayor volumen de negocio indirecto.

Y es el de mayor demanda en Guayaquil, según los hoteleros locales, el 75% de los clientes son de negocios y no de ocio específicamente.

Por ello el sector privado junto con la administración local están trabajando en la creación del Buró de Convenciones y Visitantes de Guayaquil, una oficina que se encargará de promocionar la urbe a nivel internacional y ofrecerla para eventos y convenciones.

El Recinto Ferial de Durán, Expoplaza, el Centro de Convenciones de Guayaquil con capacidad para 3000 asistentes y dotación de equipos de grabación y proyección de videos, salón presidencial ejecutivo, sala de prensa. Además de otros establecimientos como los Teatros Centro Cívico y Centro de Arte, Fedenador, las salas de eventos de los hoteles de lujos con capacidad entre 200 y 600 personas y los diferentes auditorios de congresos que ofrecen facilidades desde 500 a 3500 personas.

A nivel nacional, Guayaquil es reconocida por ser sede de múltiples eventos y congresos, así como ruedas de negocios como la del TLC.

La Feria Internacional de Turismo del Ecuador, es el evento a destacar que anualmente se lleva a cabo en esta ciudad, a más de ser el punto de encuentro de los actores del turismo nacional e internacional que durante una semana se dan cita para ofertar, vender, comprar y compartir conocimientos en las actividades programadas. En el año 2009, según el staff organizador, estuvieron presentes 33 países, 300 expositores, 4.000 profesionales de turismo y cerca de 70.000 asistentes.

Otros tipos de convenciones importantes son Feria Internacional del Libro, la Copa Culinaria de las Américas, organizada por el Foro Panamericano de Asociaciones Gastronómicas Profesionales, y avalada por la World Association of Chefs Societies WACS, Congresos Internacionales de Medicina, Internacional Fashion Weeks, etc.

3.2.5 Turismo Deportivo

El entorno mismo de la ciudad, y principalmente el estar rodeada del río, y brazo de mar permite que se desarrollen actividades deportivas, como es el kayak, existen competencias de este deporte así como escuelas deportivas y encuentros entre equipos internacionales.

Por otro lado, el río Guayas ha sido escenario de un sin número de competencias de velerismo, y lanchas a todo motor, un importante y significativo evento fue el “Regata del Bicentenario” que convocó un gran número de visitantes a la ciudad, y de por sí las delegaciones internacionales de las diversas embarcaciones que arribaron a la ciudad-puerto.

Guayaquil además, tiene uno de los 20 estadios de fútbol más grandes del mundo (85,000 espectadores), excelentes campos de golf, tenis y todos los deportes de mar en sus maravillosas playas ubicadas a una hora de distancia de la Ciudad. Cuenta con 10 records mundiales en pesca deportiva, excelentes playas para surf (Montañita) y otros deportes de mar.

3.2.6 Turismo Parques Temáticos

Este tipo de turismo está en aumento, y demanda generalmente público joven y familiar. Dentro del perímetro de Guayaquil existen varias ofertas de este tipo, y como se lo mencionó con anterioridad son los más concurridos y visitados por familias,

generalmente la estancia dentro de los mismos toma un día, y presentan diversidad de atractivos así como de actividades.

Considero que dentro de ésta tipología, está el Malecón 2000, importante obra arquitectónica y atractivo que identifica a Guayaquil. Su principal objetivo es la caminata junto al río, el recurso paisajístico, y se ha implementado infraestructura a lo largo de sus 2.5 Km de recorrido en el que se conjuga la flora local, monumentos históricos, miradores, muelles de embarcación, paseos en el río, y cuenta con servicios complementarios como alimentación, recreación y compras.

Según fuentes de la Fundación malecón 2000, anualmente recibe la visita de 1.200.000 personas, entre público nacional y extranjero.

Otro parque temático de reconocimiento es el Parque Histórico de Guayaquil, como su nombre lo indica el tema es la historia de la ciudad, desde sus costumbres, antiguos estilos de vidas, edificaciones históricas, su flora y fauna.

Otros sitios son Parque Lago, un lago artificial aprovechando las aguas de la represa Daule-Peripa en un entorno natural, ideal para las familias y grupos de amigos donde se práctica biking, kayaking, y otras actividades además.

El Jardín botánico de Guayaquil, es otro lugar visitado, especialmente para los interesados en la botánica y la flora. Ubicado en un cerro mirador de la ciudad, pertenece a un bosque protector denominado cerro Colorado. Se especializa en visitas de grupos de institutos y universidades así como de familias. Tiene una muestra permanente de Orquídeas, y un Mariposario.

Recientemente inaugurados están el Parque recreacional y acuático Viernes Santo, y el Parque Acuático en Puerto Hondo, de mayor interés de las familias para refrescarse en los días de mayor calor en la ciudad o simplemente para un paseo de fin de semana.

3.3 OFERTA TURISTICA DE ALOJAMIENTO

ALOJAMIENTO	N° establecimientos	Personas empleadas
Hotel	55	1799
lujo	9	1799
1era	12	408
2da	18	329
3era	15	204
4ta	1	4
Hostal	54	162
1ra	6	67
2da	20	158
3ra	27	140
4ta	1	4
Hostería 1era	1	23
Hotel apartamento	2	34
hostal residencia	84	461
2da	16	129
3era	68	332
hotel residencia	64	396
1era	1	11
2da	20	248
3era	32	109
4ta	11	28
TOTALES	205	2875

Tabla 4: Clasificación de los establecimientos hoteleros

Fuente: Elaboración propia, en base al registro catastral turístico del Ecuador

Para realizar la tabla anterior me he basado en la clasificación del ministerio del turismo según el Registro catastral turístico de los establecimientos que ofrecen servicio de alojamiento. La misma es realizada en base al número de habitaciones, el tamaño y el resto de infraestructura con la que cuenta. Para el Ministerio de turismo hay hotel, hostel, hostería, hotel apartamento, hostel residencial, y hotel residencia pudiendo ser estos de lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categoría.

Hablando específicamente del negocio hotelero, es uno de los negocios que más creció en Guayaquil en la última década. Turismo, negocios y muchas veces una mezcla de ambos, hizo que los últimos cinco años abrieran sus puertas decenas de hoteles desde económicos hasta de lujo.

Guayaquil tiene una importante oferta hotelera, tan solo en lo que se considera hoteles de lujo y de primera, ya hay más de 2.200 habitaciones disponibles, pero ya se están desarrollando al menos diez nuevos hoteles que se inaugurarán entre el año 2010 y el 2012

Con eso, la ciudad aumentará su capacidad de hospedaje en un 46% que significa más de 1.000 nuevas habitaciones.

El negocio hotelero parece ser un índice de que el turismo está marchando en Guayaquil, y los datos del Banco Central lo reflejan, pues en su boletín anual de ingresos por industrias señalan que el turismo en la provincia del Guayas maneja el 29,2% de la generación de ingresos por hotelería y restauración solo en 2do lugar después de la provincia del Pichincha (Quito) con 33,9% en relación al resto de provincias del país en el año 2007.

La mayoría de los hoteles se encuentran ubicado en la zona central de uso turístico, cerca del malecón y de la avenida 9 de octubre, principal de la ciudad, y los nuevos establecimientos hoteleros están ubicados y proyectan ubicarse en la zona de mayor crecimiento inmobiliario, la ciudad nueva podría decirse, en la Av. Francisco de Orellana en el extremo Noreste de la ciudad, zona cercana al aeropuerto.

Entre las principales cadenas que se encuentran en Guayaquil están Hilton Colon, Howard Johnson, Sheraton, Hampton Inn. La ocupación hotelera en Guayaquil es de alrededor del 45% según la Asociación Hotelera.

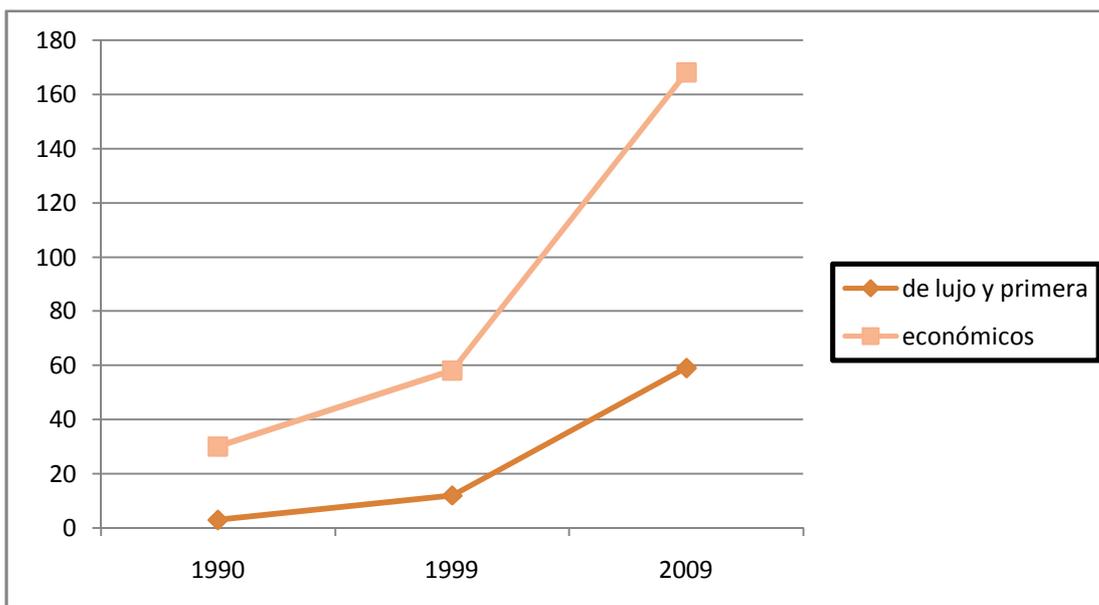


Gráfico 6: Evolución de la oferta hotelera de Guayaquil
Fuente: Elaboración propia con datos de la Asociación hotelera del Guayas

3.4 OFERTA TURISTICA COMPLEMENTARIA

Generalmente la oferta complementaria es identificada con tres tipologías de establecimientos: *los restaurantes, las cafeterías y las agencias de viajes*. Se caracteriza por ser servicios que no son específicamente de demanda del turista sino más bien de los residentes locales.

3.4.1 Alimentos y bebidas

La oferta gastronómica en Guayaquil es muy variada, existen restaurantes de comida típica ecuatoriana, así como restaurantes especializados en comida internacional.

Guayaquil, es la segunda ciudad del Ecuador con mayor número de plazas en cafeterías y restaurantes, después de Quito, y el número de personas empleadas en este sector dentro del segmento de servicios es el de mayor crecimiento en el Ecuador debido al giro del negocio, por la facilidad que representa el negocio de comida, este

tipo de servicio ha ido en aumento, y es así que según la Cámara de turismo del Guayas existen 4649 establecimientos que ofrecen algún tipo de alimentación, estando entre estas cafeterías, fuentes de soda, restaurantes, bares, etc.

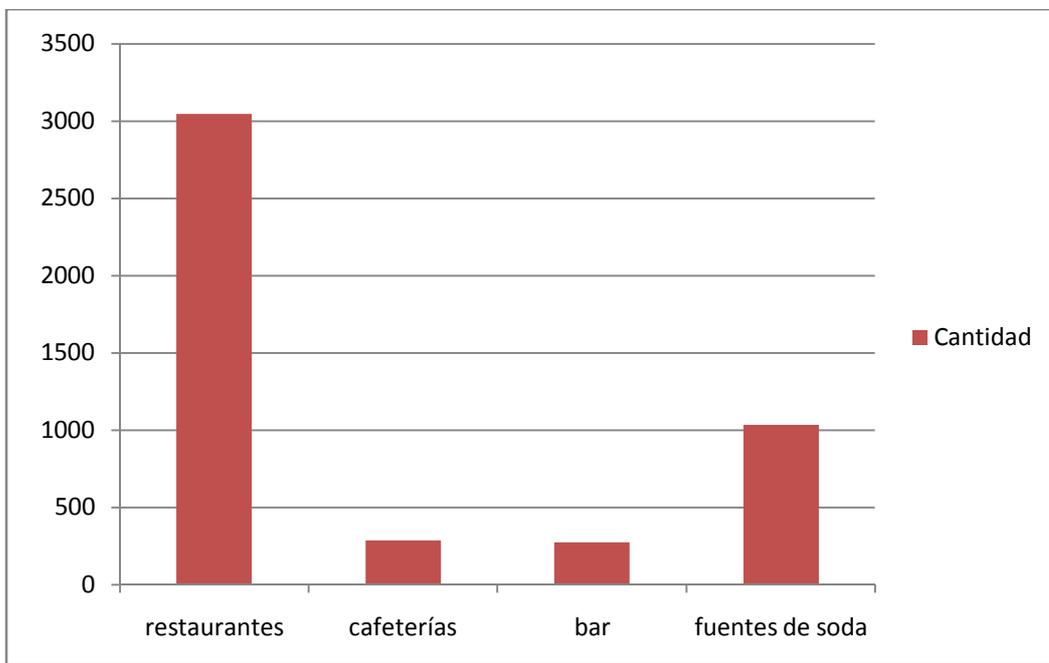


Gráfico 7: Distribución del sector restauración

Fuente: Elaboración propia con datos de la Cámara de Turismo del Guayas

Según el Registro catastral turístico del Ecuador, los establecimientos que ofrecen servicio de alimentos y bebidas están clasificados en Restaurantes, Cafeterías, Bares y Fuente de Soda, y se subdividen en categorías de lujo (siendo la mejor), primera hasta cuarta, esto bajo los parámetros del tamaño del negocio, el número de personas empleadas, plazas disponibles e instalaciones.

Restaurantes	N° establecimientos
Lujo	5
1era	231
2da	523
3ra	1245
4ta	1045
TOTAL	3049

Tabla 5: Número de restaurantes por categoría

Fuente: Elaboración propia con datos del registro catastral del Ecuador

La tabla 5 nos indica que Guayaquil sólo en el servicio de restaurantes tiene 3049 establecimientos, siendo 5 de lujo que mayoritariamente están ubicados dentro de los hoteles de lujo, y si tomamos en consideración el número de establecimientos podremos fácilmente deducir que este sector del rubro de servicios es uno de los que mayor empleo genera y en el caso de Guayaquil el negocio que tiene un crecimiento continuo.

La mayoría de estos están en el centro turístico de Guayaquil que cuenta con importantes establecimientos de restauración, diversión nocturna, de manera especial en la reciente establecida “zona rosa” de Guayaquil, es el sitio mayormente concurrido por locales, y visitantes si de diversión se trata, su ubicación es idónea a solo escasos metros del malecón, y formando un núcleo con el Cerro Santa Ana, que también cuenta con un importante número de establecimientos de gastronomía local y de diversión nocturna.

Existen otras zonas para la distracción nocturna y de disfrute culinario, como es en la zona norte a escasos 10 minutos del centro turístico, inicialmente fueron zonas de uso residencial exclusivamente, pero dado la necesidad de mayores lugares se fue permitiendo también su uso comercial y zona de servicios. Entre ellas Urdesa, conocida zona residencial, también la llamada nueva zona bancaria de Guayaquil en la Av. Francisco de Orellana, que cuenta con un significativo desarrollo inmobiliario entre ellos el del sector hotelero.

3.4.2 Operadoras de turismo y Agencias de Viajes

En la Cámara de turismo del Guayas están afiliadas 69 empresas registradas como Operadores de turismo, y 152 reconocidos como Agencia de viajes.

En Guayaquil se encuentran domiciliada el 80% de estas empresas, anteriormente cuando no existía una recepción constante de flujos turísticos, las agencias de viajes se dedicaban a la venta de los boletos, por el porcentaje de comisión que las aerolíneas otorgaban por ventas a estas empresas, luego fue el fenómeno de la migración a Europa, y se explotó emisión de flujos turísticos, pero en la actualidad se ha diversificado la oferta y existe mayor número de empresas que se dedican al turismo receptivo.

Agencias de Viajes	N° establecimientos	Personal empleado
Mayoristas	31	182
Internacional (minorista)	106	637
Operadora	65	296
Dualidad (AV y Operador)	66	348
TOTAL	268	1463

Tabla 6: Agencias de Viajes por categoría

Fuente: Elaboración propia según datos del registro catastral turístico

3.4.3 Otros servicios

La Cámara Provincial de turismo tiene entre sus afiliados, además empresas que prestan otras facilidades para el sector de turismo, tal como las rentadoras de autos, los casinos, bares y discotecas, aerolíneas, etc.

En la línea de casinos, hipódromos y parques de distracciones existen 19 establecimientos, sin diferenciar cuanto de cada tipo. Las rentadoras de autos existen 40 establecimientos. Bares y discotecas 172, aerolíneas del Ecuador son 6 aerolíneas locales, mientras que desde el aeropuerto de Guayaquil existen vuelos de diferentes aerolíneas internacionales que conectan con cualquier parte del mundo.

Transporte Turístico	N° establecimientos
Aéreo internacional	32
Servicios Aéreo Nacional	4
Avioneta-Helicóptero	2
Fluvial	4
Rentadora de autos	53
Terrestre turístico	15
Total	110

Tabla 7: Transporte turístico por tipo de servicio

Fuente: Elaboración propia según datos del registro catastral turístico del Ecuador

3.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Crespo L. y Jalón V.¹¹ en su tesis de grado “Un enfoque estadístico de la demanda en el sector turístico de Guayaquil definen:

“Perfil del turista nacional

El principal motivo que impulsa a los turistas nacionales a visitar Guayaquil es el turismo, las vacaciones y la recreación. No obstante, existe un significativo grupo de turistas que llegan a la ciudad por negocios. Esto indica que aunque Guayaquil siempre ha sido considerada como la capital económica del Ecuador, también existen turistas que ven en ella una ciudad ideal para realizar turismo.

La mitad de los turistas nacionales que visitan Guayaquil lo representan los adultos aún jóvenes comprendidos entre los 25 y 44 años, revelando que Guayaquil es una ciudad que atrae a la juventud tal vez por el ritmo de vida que se lleva en la misma.

Una de las características del turista es que posee espíritu de aventura, gusta de realizar compras, son hombres de negocios, profesionales, padres de familia.

Más de la mitad de los turistas son profesionales, personas preparadas, con un nivel de instrucción o que poseen una carrera universitaria. Muchos de estos perciben ingresos mensuales, sin embargo esto no necesariamente implica que sus gastos en la ciudad sean sumas altas, ya que la mayoría de los turistas por ser jóvenes no buscan tantas exigencias y planean su viaje con el menor presupuesto posible, casi la mitad de los turistas gasta menos de 50 USD diarios.

Perfil del turista internacional

El turista internacional, en su mayoría europeo, visita la ciudad de Guayaquil por turismo, en busca de recreación o satisfacción psicológica, estando muy

¹¹ Licenciados en Turismo de la Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil, año 2002

predispuesto a aceptar y disfrutar de los distintos atractivos turísticos que les sean mostrados.

Otro de los motivos muy importantes que impulsa al turista son los negocios, encontrando en la ciudad el lugar propicio para su realización. Las actividades de mayor acogida inclinan hacia un turismo ecológico, de observación de naturaleza encontrando en ello satisfacción y paz.

La visita de los sectores históricos y el conocimiento de su historia es también otro de motivos que hace atractivo la ciudad hacia los ojos de los visitantes.

Los turistas que visitan Guayaquil son edad relativamente joven ya que oscila entre los 15 años hasta los 30 años en su mayoría, lo cual demuestra su predisposición hacia la aventura. Sus estándares de vida mientras se encuentra de visita no suele ser muy estricto ni elitista, ya que el promedio de gasto diario esta en los 50 USD en su mayoría. No obstante, algunos turistas suelen tener estándares de vida más elevados llegando a hospedarse en hoteles de lujo y consumiendo servicios de costos más elevados, encontrando entre estos en su mayoría a los turistas de negocios.

De todos los turistas que visitan anualmente la ciudad de Guayaquil, la mayor parte son profesionales, otra parte un poco menor son estudiantes y jubilados, demostrando su conocimiento y preparación que los lleva a apreciar todo lo que puedan observar y conocer, ya sea naturaleza o sectores históricos el cual posee la ciudad como su mayor atractivo”

Debo destacar que dichos datos son del año 2002, en que realizaron su investigación, prácticamente permite una idea inicial nada mas de cuál es el gusto e interés de los posibles turistas de Guayaquil, mas sería ideal tener datos más exactos, aunque actualizados principalmente, los cuales ni los propios planificadores ni promotores del turismo en Guayaquil lo manejan, de ahí que se considere importante desarrollar mayor investigación científica del turismo.

Apenas, el Consejo provincial del Guayas maneja ciertos datos del flujo de turistas, pero a nivel provincial, el cual demuestra que la entrada de extranjeros a la provincia

aumento un 13% en el primer semestre del 2008 en relación al mismo periodo del 2007.

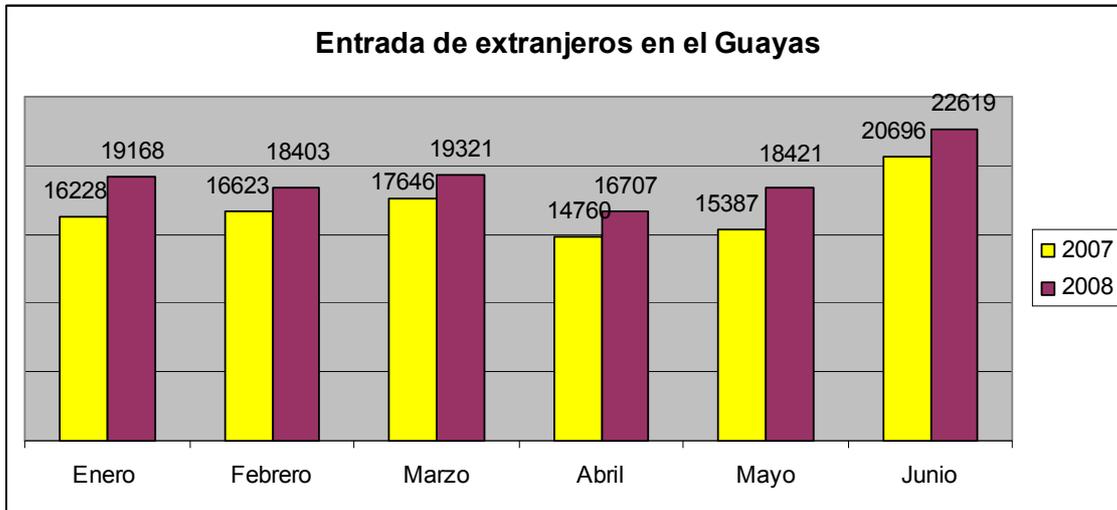


Grafico 8: Flujo turístico en Guayas.
Fuente: Consejo Provincial del Guayas

Es menester reconocer también que Guayaquil se convierte en una “ciudad de obligación” según Forneau (2007) ya que muchas de los pasajeros que se incluyen en las estadísticas de la Fundación terminal terrestre, prácticamente llegan a Guayaquil desde provincias porque aquí encuentran mejor atención en centros de salud, tramites obligatorios, y otro tipo de servicios que no las tienen en su ciudad, y son solo visitantes de un día hasta incluso de horas.

3.6 AGENTES PÚBLICOS Y PRIVADOS

Ministerio de Turismo: El Ministerio tiene como obligación por lo tanto, facilitar toda iniciativa turística y apoyar toda promoción relacionada con el turismo en el país. Así mismo, comunicar cualquier avance y cambio que se realice dentro del territorio nacional al mundo. Sus principales herramientas son los sitios Web www.vivecuador.com donde se provee información turística del país, y www.turismo.gov.ec, donde se brinda información institucional.

FMPT (Fideicomiso Fondo Mixto de Promoción Turística del Ecuador): Organismo nacido en el Ministerio de Turismo en el año 2003, es un fideicomiso mercantil financiado con recursos del sector privado y del Gobierno Nacional (recibe tasas de turismo como la contribución del 1 por mil, y asignaciones del presupuesto del Estado Ecuatoriano). En la entidad participan representantes del Estado, de los gremios del Sector Turístico, Operadores Especializados, el Sector Hotelero, de Ferias, Seminarios y Aerolíneas. Dentro de sus acciones de promoción canalizan la participación de Ecuador, con un stand del Ministerio de Turismo, en diferentes ferias de turismo a nivel mundial y dar soporte para que empresas privadas puedan participar también. Se ha dado énfasis a promocionar el país en Estados Unidos, Canadá, Colombia, Argentina, Chile, España, Francia, Inglaterra y Alemania. También organizan *Roadshows* donde realizan *Workshops* internacionales junto a las empresas privadas interesadas, se participa en bolsas de turismo y se realizan *famtrips* y *presstrips* para dar a conocer el país.

Subsecretaría de Turismo del Litoral: Esta institución es la representante del Ministerio de Turismo para la región Costa. Sus acciones van enfocadas a cumplir los objetivos del mismo en su radio de acción, los cuales son promocionar los atractivos turísticos y ayudar a desarrollar destinos. Reproducen afiches, volantes y demás folletería. De los afiches que realizan anualmente, al menos uno es específicamente de Guayaquil. Este material es distribuido a través del *counter* de información ubicado en la oficina de la Subsecretaría. No destinan un presupuesto específico para la promoción de la ciudad, y mucho del material que entregan es elaborado por la M. I. Municipalidad de Guayaquil y de esa forma promocionan la ciudad, sus atractivos, dan información histórica, gastronómica y demás.

La Dirección de Turismo del Municipio de Guayaquil: es el encargado de gestionar el turismo de la ciudad, a través de esta dirección se coordinan proyectos con el sector privado, así como planes estratégicos de prioridad del sector. Su gestión más fuerte ha sido las diferentes campañas de promoción y marketing, así como la creación de Ferias y Eventos para mantener en la agenda local e internacional el nombre la ciudad.

Consejo Provincial del Guayas: su bandera en los últimos años ha sido la necesidad de contar con un Plan Maestro de turismo de la provincia, además del incentivo del turismo comunitario a nivel provincial, y las campañas de promoción turística, también

la creación de un portal Web para ayuda de los turistas e interesados en visitar la provincia.

Cámara Provincial de turismo del Guayas: La cámara la conforman los empresarios turísticos de los diferentes sectores del negocio turístico, y entre sus funciones está asesorar y dar respaldo al gremio de empresarios, así como regulación de las actividades que desarrollan estas empresas.

3.7 MARKETING Y PROMOCIÓN TURÍSTICA

La promoción de la ciudad está a cargo de la Dirección de Turismo, Relaciones Internacionales y Competitividad de la Municipalidad de Guayaquil. Este departamento destina entre 400,000 y 500,000 dólares norteamericanos anuales en promoción. Por medio de la gestión de la Municipalidad de Guayaquil se han logrado publicaciones en diferentes periódicos y revistas de prestigio.

Medio	Distribución Geográfica	Edad de los lectores
América economía	Argentina, Guatemala, Brasil México, Chile, Panamá, Colombia Paraguay, Costa Rica, Perú, Ecuador Uruguay, El Salvador, Venezuela	Entre 25 y 44 años
Business Week	Estados Unidos, con distribución además a China, México, Alemania, Rusia, Hong Kong, Francia, India, Corea del Sur, Inglaterra y Japón	Promedio 46 años
Latin Trade	Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Perú, Puerto Rico, Venezuela y Estados Unidos	Entre 25 y 49 años
Our World	Estados Unidos	No disponible
The Economist	Europa, América, Asia, África y Australia	Promedio 40 años

Tabla 8: Alcance geográfico de publicaciones acerca de Guayaquil.
Fuente: Rafael Arce y Patricia Cobeña, tesis de grado "Imagen Turística de Guayaquil", año 2007

En lo que a herramientas electrónicas se refiere, existen cuatros sitios Web oficiales: la Dirección de Turismo creó el sitio Web de turismo de la ciudad www.visitaguayaquil.com, la Municipalidad posee el sitio oficial www.guayaquil.gov.ec, y el sitio Web de la CAPTUR-G www.turismoguayas.com. Y el sitio del consejo provincial del Guayas www.soloenguayas.com

Por otro lado ha participado junto a la CAPTUR-G en la Bolsa Internacional de Turismo del Ecuador (BITE) en Cuenca, y, a través del FMPT ha participado en: Feria Internacional de Turismo (FITUR) realizada en España, ANATO realizada en Colombia, ITB realizada en Berlín, British Birdwatching Fair en Inglaterra, Top Resa en Francia, Motivation Show y Adventure Travel Show en Estados Unidos, ABAV en Brasil, MITM en México y FIT en Buenos Aires.

3.7.1 Imagen turística actual

El Municipio de Guayaquil es la responsable de la promoción de la ciudad, es esta entidad la que decide la imagen con la cual se presenta la ciudad.

La ciudad está siendo proyectada como destino “light” para viajeros. Un destino “light”, explica el Sr. Joseph Garzozzi, director de turismo, se refiere a un lugar al cual los viajeros pueden ir “ligeros de equipaje” de diferentes formas. Primeramente, debido a sus condiciones climáticas, es posible para las personas empacar muy poco, ya que Guayaquil no tiene cambios drásticos en su clima, abrigos pesados se vuelven innecesarios, permitiendo a las personas preocuparse poco de este factor antes de su viaje.



Figura 6: Marca turística de Guayaquil
Fuente: Dpto. Turismo Municipio Guayaquil

Con el Slogan “*La magia del Pacífico Sur*” se pretende alejar a la ciudad del antiguo slogan popular “La Perla del Pacífico” ya que otras ciudades a nivel mundial utilizan la connotación “La Perla” para sus eslóganes respectivos. Además, se escogió “La Magia” por su relación con las islas Galápagos, las cuales son conocidas como “mágicas” y hacia las cuales Guayaquil es una perfecta puerta de entrada.

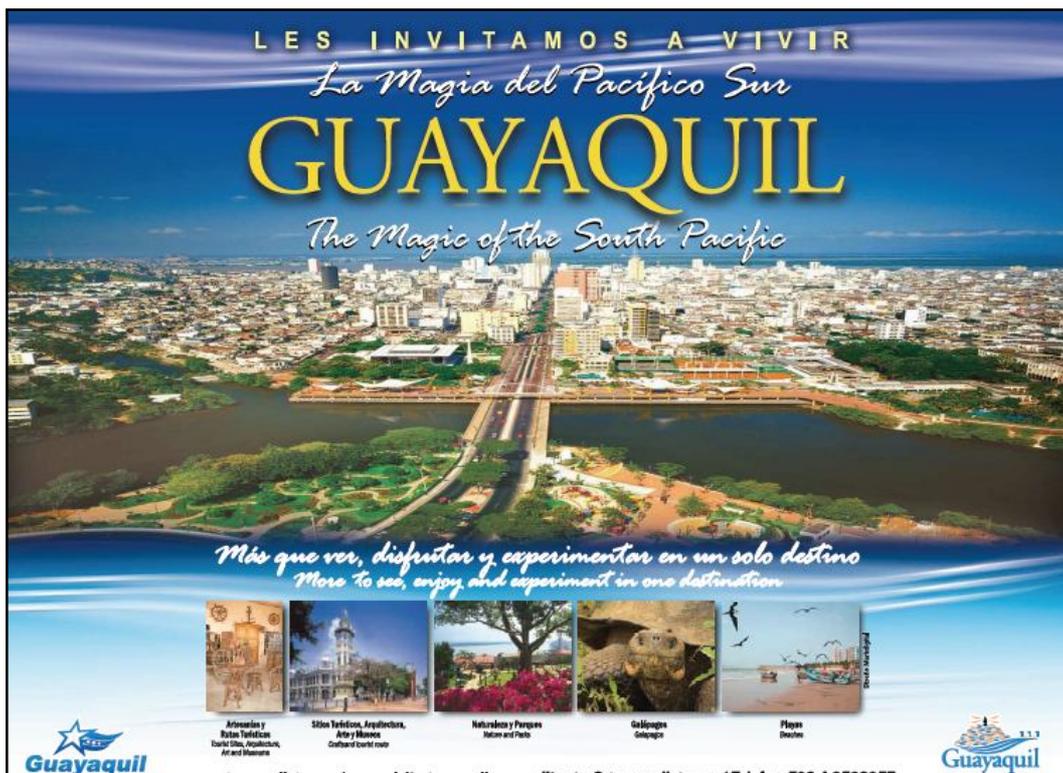


Imagen 1: Banner Promocional de Guayaquil turístico como “La Magia del Pacífico Sur”
Fuente: Dirección de Turismo del Municipio de Guayaquil

La imagen tiene la forma de una embarcación, evocando la característica de Guayaquil como ciudad puerto. Para lograr esta imagen se utilizó las tres líneas curvas celestes simbolizando el río Guayas, el cual en su parte superior posee una representación del colorido Cerro Santa Ana con El Faro en la cima. Bajo “la embarcación” se encuentra el nombre de la ciudad, constituyendo el logo en sí.

Se consideró que estos eran los elementos más representativos de la ciudad, por un lado el Cerro Santa Ana, y por otro lado el Río Guayas por su importancia en la historia de la ciudad.

3.8 PERFIL ACTUALIZADO DEL TURISTA EN GUAYAQUIL

De acuerdo los datos publicados en la tesis "Análisis de la Aplicación de las Herramientas de Promoción Actuales de Guayaquil como Destino Turístico"¹², el mercado actual que visita la ciudad está marcado por la presencia de personas que provienen de Estados Unidos constituyendo un 52% del total de encuestados.

Mientras que los extranjeros que llegan desde países europeos son menos del 10% entre ellos están Francia, Alemania, España y Suiza se tiene que los visitantes del Reino Unido que representan el 10% del total de visitantes, estos porcentajes son interesantes desde el punto de vista de mercado potencial.

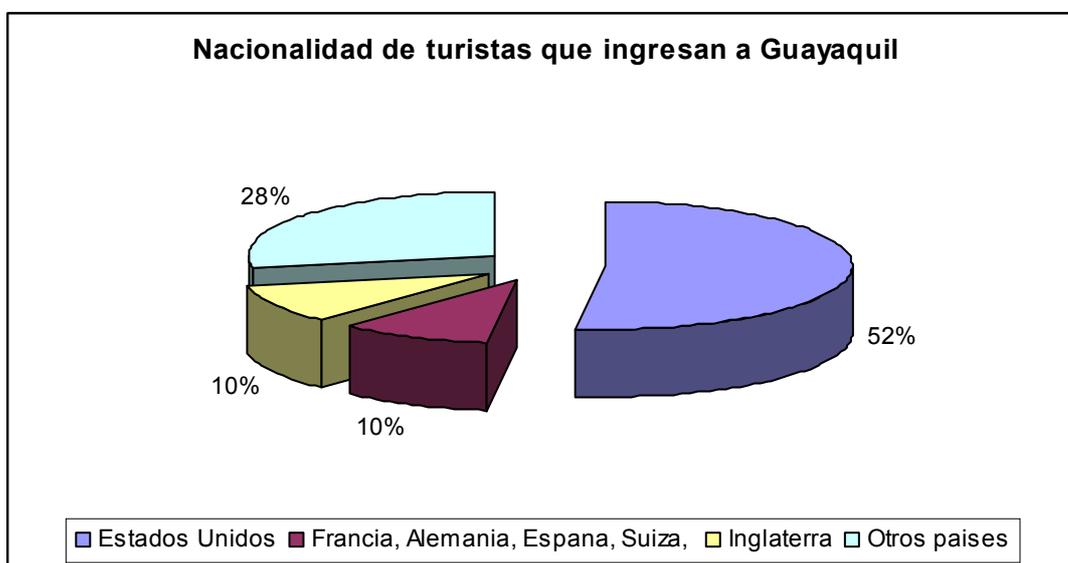


Gráfico 9: Nacionalidad de los turistas en Guayaquil.

Fuente: Tesis "Análisis de la Aplicación de las Herramientas de Promoción Actuales de Guayaquil como Destino Turístico"

En cuanto a la ocupación profesional, podemos resumir que quienes visitan la ciudad de Guayaquil son grupos de personas que tienen independencia económica ya que poseen un nivel técnico y profesionales siendo el 65%, exceptuando las amas de casa y los jubilados.

Dentro de quienes no poseen ocupación tenemos a los jubilados que son el 30%, el mismo hecho de encontrarse retirados del trabajo les permite realizar viajes y conocer otros destinos fuera del lugar de residencia.

¹² Tesis de grado previo a la obtención de la licenciatura en turismo de Rafael Arce Bastidas y Patricia Cobeña Rosales, en la Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2007

Dentro del grupo de los que poseen ocupación 70%, está el grupo de técnicos con 17% (masajistas, enfermeros, vendedores), profesionales 28% (doctores, ingenieros, químicos) estudiantes 13%, y oficios varios con el 16% (amas de casa, albañil, cerrajero).

El género que mas demanda la ciudad es el género masculino con el 56%.

La mayoría de extranjeros que visitan la ciudad son de edad adulta representan el 93% comprendido desde los 22 años en adelante, mientras los jóvenes son el 7% del total del pastel, estos están comprendidos desde los 18 años hasta los 21 años.

El porcentaje de extranjeros que llega a la ciudad por motivos de ocio/recreación y vacaciones son el 26%, y motivados por negocios y asuntos profesionales son el 18%. La principal motivación fue el "Tránsito" 49%, es decir, aquellos extranjeros que llegan a la ciudad por pocas horas (4-5 horas) o días (1-2) y que en general no realizan ninguna actividad recreativa dentro de la misma, para luego continuar hacia su destino final. El destino final para el común de los extranjeros dentro de este grupo de "Tránsito" fue las Islas Galápagos.

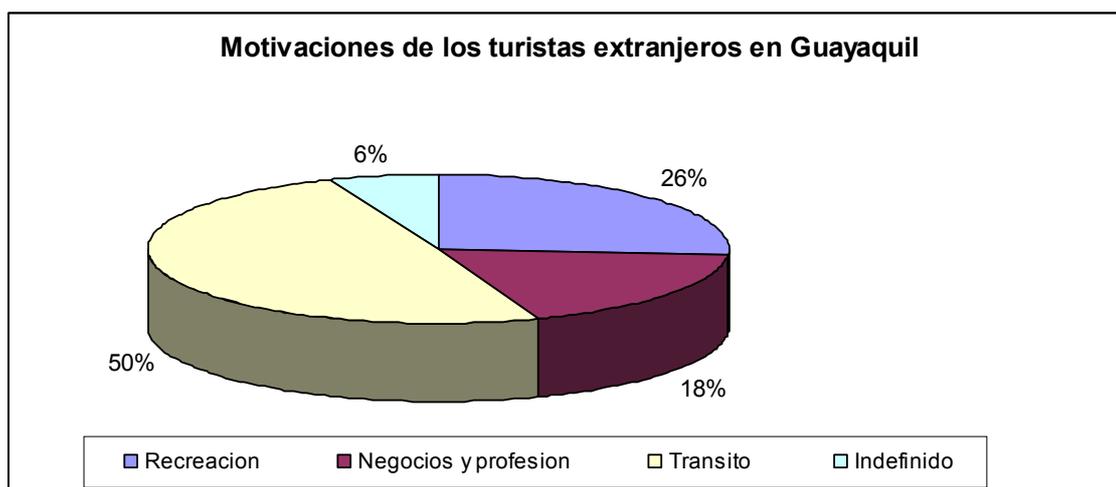


Gráfico 10: Motivaciones de los turistas extranjeros en Guayaquil
Fuente: Tesis "Análisis de la Aplicación de las Herramientas de Promoción Actuales de Guayaquil como Destino Turístico"

El 36% afirmó no poseer información respecto a Guayaquil antes de su viaje mientras el 64% restante dijo poseer algún tipo de información.

Como conclusión de este capítulo, que Guayaquil cuenta con una importante oferta turística tanto en recursos turísticos como en oferta de alojamiento y actividades complementarias. Lo primordial a tener en consideración es su adecuada promoción y transformación en producto “consumible” para el turista, porque estos sectores del sistema turístico no pueden estar creciendo aisladamente y vaya a ser que exista un sobre oferta hotelera, por ejemplo, dado el número de establecimientos y la proyección de crecimiento del mismo.

Por otro lado los servicios de alimentos y bebidas pueden entenderse que sean amplios porque también son de uso de los habitantes locales, aunque la tendencia está dada a que estos estén ubicados en zonas de uso turístico primordialmente.

Hay que tomar muy en cuenta el perfil de la demanda, que mayoritariamente es joven, y profesionales de negocios, realizar la oferta de los servicios complementarios en una promoción más fuerte de manera tal que se extienda la estancia y el consumo de los turistas en la ciudad.

Por otro lado, puedo acotar que existen planes y estrategias de posicionamiento de Guayaquil, como ciudad turística, pero lamentablemente aun no se están dando los resultados esperados, existe mucha información promocional difusa y confusa, además de las estrategias y creación de productos que aun los turistas no lo identifican completamente, se da más la tendencia de que el turista visita los lugares por su propia cuenta y como una alternativa ante la necesidad de cubrir su tiempo en la ciudad, mientras realizan alguna actividad principal.

En el siguiente capítulo abordaré, específicamente, en base a estos análisis de situación como está enfocada la gestión del turismo en Guayaquil y si realmente se ha llevado a cabo un modelo de desarrollo (turístico) específico y cuáles son sus proyecciones futuras.

CAPITULO 4

MODELOS DE DESARROLLO TURÍSTICO Y EL CASO GUAYAQUIL

INTRODUCCION

En este capítulo final abordaré los modelos de desarrollo turístico, para ello consideré necesario un acercamiento a la teoría de dichos modelos según varios especialistas, consideré que los modelos teóricos de Miossec, Chadeaud y Butler podrían ajustarse un poco al modelo de turismo de ciudad, debido a la complejidad que este tipo de turismo representa pero en especial por el acercamiento de dichos conceptos con la fase de turismo en la que actualmente se encuentra Guayaquil.

Modalidades de desarrollo turístico

Existe una manera generalizada de estudiar el fenómeno turístico, a través de su incidencia económica, ambiental y desde la perspectiva del marketing, y que para el gestor del turismo sirven de mucha ayuda para la diferenciación de la demanda que es quien disfrutara de las actividades turísticas a realizarse en el espacio turístico, pero existe desconocimiento y carencia del estudio del turismo a través del territorio y que incidencia tiene el modelo que he implantado o por el contrario si no existe un modelo específico, lo cual permita reconocer que planificando de una manera adecuada el espacio turístico se podrán beneficiar todos del desarrollo turístico de un lugar.

4.1 LA TEORIA DEL ESPACIO TURISTICO

4.1.1 Modelos evolutivos

Numerosos estudios empíricos de carácter espacio-temporal han abordado el tema de la evolución de los espacios de destino turístico. De tales estudios se deduce que sus características y dimensiones varían tanto a consecuencia de los cambios en la demanda, como a consecuencia de su dotación en servicios e infraestructuras, ya sean privadas o públicas.

Esta idea básica —que las áreas de destino son entidades dinámicas sujetas a evolución— ya aparece en el trabajo de Christaller (1963) sobre el desarrollo del turismo en regiones periféricas. Implícito en este trabajo era que la evolución del espacio turístico depende de tres factores clave: a) los cambios en las preferencias y necesidades de los visitantes; b) la degradación del marco físico y de las infraestructuras, y c) el cambio de las atracciones originales naturales y culturales.

Diversos modelos teóricos han intentado dar razón de tales procesos (Pearce, 1987). Se destacan a continuación tres de los más reconocidos: el modelo evolutivo del espacio turístico de Miossec (1977); el modelo diacrónico de Chadeaud (1987), y, especialmente el concepto de ciclo de vida de los centros turísticos de Butler (1980).¹³

Miossec (1977) aborda la evolución del espacio de destino turístico a partir de su interés en plantear un modelo hipotético-deductivo que le permita explicar la configuración de espacios de consumo recreativo y turístico en las periferias de los principales centros turísticos de producción. Se basa, para ello, en la temprana aplicación que de los modelos de Von Thünen y Weber realiza Yokeno (1968). Por su voluntad de sistematización, y a pesar de su escasa utilización posterior como marco de referencia para el análisis empírico, el modelo de Miossec es, sin duda, uno de los intentos más complejos de comprensión teórica de la formación de espacios turísticos y de su evolución. En Síntesis, el modelo se articula sobre la base de un esquema originariamente concéntrico que traduce las relaciones económico-espaciales entre un foco emisor central y un espacio receptor periférico. Una vez establecidos y detallados los supuestos teóricos y las condiciones de articulación específicas entre espacios emisores y espacios receptores, Miossec se ocupa de la evolución del espacio de destino turístico, Vera Rebollo et al. (1997)

Desde el punto de vista de la dinámica de los espacios turísticos, el modelo de Miossec es especialmente útil para la explicación teórica de la evolución de los destinos de nueva creación, por ejemplo, la mayoría de los litorales mediterráneos. La aproximación evolutiva que propone Miossec es de carácter regional. Considera, específicamente, cuatro elementos básicos: a) los núcleos turísticos; b) las redes de transporte; c) la conducta de los turistas, y d) las actitudes de las autoridades y de la población local. Según la hipótesis que formula, los núcleos turísticos pasan por diferentes fases caracterizadas cada una de ellas por un crecimiento cuantitativo a ritmo variable seguido de una ruptura cualitativa. Distingue una fase pre turística (fase 0); una fase pionera (fase 1); una fase de desarrollo (fase 2); una fase de organización (fase 3), y una fase de saturación (fase 4). Admite, además, la probable existencia de

¹³ Vera Rebollo et al., han realizado este enfoque de los principales autores de las teorías de los modelos turísticos, cabe destacar que una vez consultada toda la bibliografía referente a la geografía del turismo, estimé realizar el estudio partiendo desde esas teorías, a las cuales Callizo Soneiro también ha analizado en su libro Aproximación a la Geografía del turismo e investigadores como el también geógrafo y profesor Enrique Navarro, en especial atención al modelo de ciclo de vida de Butler.

una quinta fase, orientada al mantenimiento del dinamismo del territorio y a su transformación. Correspondería a la fase de restructuración. Para cada fase contempla procesos específicos para cada uno de los elementos básicos que detalla en la propuesta. Sin embargo, admite también que no necesariamente cada elemento debe evolucionar al ritmo que hipotéticamente ha establecido en el modelo.

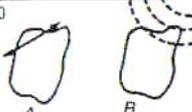
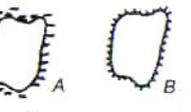
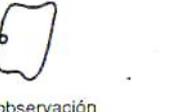
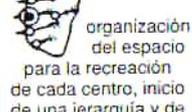
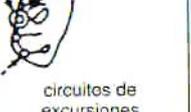
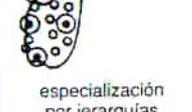
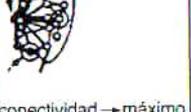
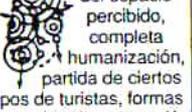
Centros turísticos	Transporte	Conducta del turista	Actitudes de los encargados de tomar decisiones y la población de la región receptora
fases	fases	fases	fases
0  territorio A B atravesado distante	0  tránsito aislamiento	0  falta de interés y conocimiento	0  espejismo rechazo
1  centro pionero	1  apertura	1  percepción global	1  observación
2  multiplicación de centros	2  incremento de las conexiones de transporte entre los centros turísticos	2  progreso en la percepción de sitios e itinerarios	2  política de la infraestructura que da servicios a los centros
 organización del espacio para la recreación de cada centro, inicio de una jerarquía y de especialización	 circuitos de excursiones	 competencia espacial y segregación	 segregación efecto demostración dualismo
 especialización por jerarquías saturación	 conectividad → máximo	 desintegración del espacio percibido, completa humanización, partida de ciertos tipos de turistas, formas de sustitución, saturación y crisis	 turismo total A B plan de desarrollo de protección ecológica

Figura 7: Modelos de desarrollo del espacio turístico de Miossec.
Fuente: Miossec, 1997 citado por Vera Rebollo et al. (1997)

Según Pearce (1988) citado por Vera Rebollo et al. (1997), por su carácter dinámico, el modelo incorpora aspectos de utilidad como marco de referencia del desarrollo turístico, en especial el hecho de que pone de manifiesto que los impactos particulares del turismo se vinculan con etapas específicas del desarrollo de los espacios turísticos. Sin embargo, considera también que no profundiza en aspectos como el contexto de desarrollo, el papel de los agentes –del lugar o foráneos- en la evolución del espacio de destino, la participación diferenciada de la población local en el propio

mantenimiento de los servicios turísticos o los factores que influyen en la conformación de una determinada jerarquía de centros turísticos.

Basándose en la teoría clásica de los ciclos económicos, Chadeaud (1987) elabora un modelo sistemático que parcela la evolución del espacio turístico en tanto que producto turístico (tal como él mismo afirma, de la misma manera que cualquier otro producto) en tres grandes momentos: el de creación, el de madurez y el de obsolescencia. Su propuesta parte de una concepción teórica de corte radical del espacio turístico como producto social. Dado su marcado carácter abstracto y relativamente especulativo y el papel que otorga a las representaciones simbólicas de la oferta y la demanda como elementos condicionantes de los propios procesos de desarrollo (papel más importante, incluso, que la propia configuración social y material de los espacios de emisión y recepción), puede ser aplicado de manera más universal que el modelo de Miossec. Según Chadeaud, las fases de evolución del destino turístico se caracterizan por:

- a) Fase de creación de producto: Es el período inicial de localización espacial de los primeros elementos que relacionan las expectativas de la demanda y los componentes de la oferta (el mito y el producto en sus propias palabras). Las representaciones simbólicas dirigidas a una demanda potencial impulsan o aceleran, según el momento, la generación de una oferta de infraestructuras, equipamientos y servicios. La consolidación de esta estructura potencial engendra una segunda fase.
- b) Fase de madurez del producto: Se caracteriza por la expansión y la complejización del producto. Implica la acumulación de inversiones que desarrollan la oferta de alojamiento, transportes y actividades recreativas. A pesar de la consolidación de la estructura funcional generada en la fase anterior y reforzada durante esta misma fase, pueden darse, durante este período, episodios coyunturales de crisis.
- c) Fase de obsolescencia del producto: Los problemas diversos que afectan al producto (aparición de nuevas expectativas, cambios en la demanda, alteraciones de la concurrencia) provocan una progresiva inadecuación entre la oferta y la demanda que tiene como consecuencia el declive de la demanda.

Chadeaud admite la posibilidad de una cuarta fase, que denomina de mutación-reconversión del producto. Si la primera fase corresponde a la puesta en escena de una estructura potencial, la segunda corresponde a la aparición de una

estructura funcional y la tercera corresponde a una ruptura, la cuarta fase que admite Chadeaud hace referencia necesariamente a la aparición de un nuevo producto turístico que dota de nuevo significado el espacio de destino, aun manteniendo los componentes simbólicos y míticos de su contenido inmaterial precedente.

A pesar de su gran simplicidad y su relativamente escaso andamiaje conceptual, ha sido el modelo de ciclo de vida de los centros turísticos, propuesto inicialmente por Butler (1980), el que ha sido utilizado recientemente con mayor asiduidad entre los investigadores de turismo, especialmente en la literatura anglosajona, Vera Rebollo et al. (1997).

Tanto es así que, de hecho, se ha convertido en el modelo de referencia para describir los procesos de evolución de los destinos turísticos y en la aportación más debatida y comentada en relación a esta cuestión. En términos generales, el modelo, que se basa en las pautas de comportamiento de la demanda y en la capacidad de carga de los centros turísticos, prevé una relación positiva entre el incremento del número de visitantes y el desarrollo turístico, especialmente en materia de alojamiento. Sugiere, así mismo, que existe una jerarquía de centros turísticos que se puede definir en función de su nivel de desarrollo, tipo de alojamientos, grado de participación del empresariado local y foráneo y estatus de los visitantes.

En términos operativo, Butler propone una evolución temporal en seis fases: descubrimiento; inicio desarrollo; consolidación; estancamiento; y post-estancamiento. La fase crítica de estancamiento se produce cuando aparecen síntomas de saturación. A partir de este punto, el destino está abocado al declive total o parcial, si bien el modelo admite, sin embargo, que, según sean las decisiones de los agentes económicos, la fase de post-estancamiento pueda desembocar en una fase de rejuvenecimiento del producto. El declive –una de las alternativas previstas en el modelo- deriva de la incapacidad de competir. Anticipa, por lo tanto, la necesidad de asegurar un exitoso desarrollo de los centros turísticos más allá de la inevitable –según el modelo- llegada a una fase de estabilización que pueda conducir a él. Dado su carácter elemental, es ésta una de sus principales aportaciones. El modelo, por otra parte, no es más que la aplicación específica al campo del turismo en la idea propuesta por Vernon en el

campo del marketing de ciclo de vida del producto, Cooper (1994) citado por Vera Rebollo et al. (1997).

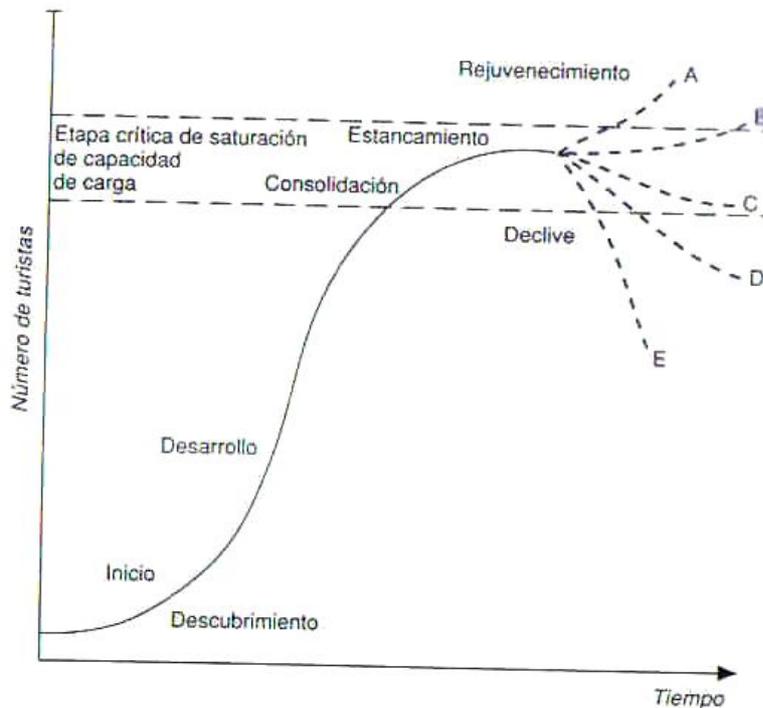


Figura 8: Modelo de ciclo de vida de los destinos turísticos según Butler. Fuente: Vera Rebollo et al. a partir de Buttler, 1980

Entre las limitaciones del modelo se han destacado: a) que se trata de una propuesta mono sectorial; b) que presenta los destinos turísticos como productos singulares cuando, a diferencia de un producto, son, de hecho, un mosaico de elementos diferentes (hoteles, parques, etc.), que presentan, cada uno de ellos, su propio ciclo; c) que no contempla la posibilidad de diversos ciclos de evolución; d) que ignora el papel de los factores externos; e) que omite la cuestión de la escala; f) que simplifica la relevancia de la estructura productiva y el nivel de desarrollo del espacio de destino, entre otras (véanse, especialmente, Haywood, 1986; Cooper, 1992; Gordon y Goodall, 1992; Agarwal, 1994). Por otra parte, si bien ha sido útil desde un punto de vista teórico y analítico, ha resultado más complejo utilizarlo como instrumento para la planificación estratégica o aplicarlo como instrumento de previsión, Vera Rebollo et al. (1997).

4.2 GUAYAQUIL, MODELO DE DESARROLLO URBANO

Con la nueva administración municipal en el año 1992, se comenzaron a estructurar las bases de lo que sería el nuevo Guayaquil, el Guayaquil de hoy y el del futuro y que primero que nada lograría un rescate socio-cultural, es decir recuperar la autoestima del guayaquileño.

Un modelo administrativo fuerte, ordenado, legítimo, sentó las bases del desarrollo de Guayaquil. La infraestructura vial sería una de las prioridades de esta administración. Pasos a desniveles, túneles, avenidas, ampliaciones de vías, mejoramiento de calles, permitieron proveer a la ciudad una infraestructura vial que garantizaba una correcta y cómoda conectividad entre los diferentes sectores de la urbe.

Se dio prioridad a la recuperación de áreas verdes, con el rediseño y reconstrucción de los parques ya existentes.

El fortalecimiento de Guayaquil como ciudad nueva, era notable. Sin embargo, aun hacía falta dar ese gran paso que permitiera consolidar, definitivamente, la transformación. El Río Guayas, y su malecón, han sido desde siempre, componentes indiscutible de la vida de Guayaquil. Precisamente, sería en sus orillas, donde nació la ciudad, y en donde se desarrollaron la mayor parte de las actividades, públicas o de recreación, pero sobre todo las de importancia económica, el crecimiento de los astilleros, el desembarque de los productos, etc.

El Malecón, por su importancia histórica y su significado para la ciudad y para los guayaquileños, representa un hito urbano, quizá único dentro de la estructura de la ciudad. Muy probablemente, la condición de deterioro que presentaba el malecón, hace ya algunos años, reflejaba el estado en que se encontraba la ciudad. Con la implementación del proyecto de regeneración urbana Malecón 2000, se logró el rescate de todo el perfil del malecón del río.

Hoy los guayaquileños reconocen que la recuperación se está logrando gracias a un primer gran proyecto que permitió la regeneración del Malecón y que sentó el cimiento del modelo de desarrollo actual.

El crecimiento de la ciudad se debe al malecón y a su río, y aunque hoy su uso no sea el mismo de años atrás, pues del intenso uso comercial se ha reducido a un uso recreacional y de contemplación, siendo el lugar más visitado de Guayaquil por nacionales y extranjeros, en sus dos kilómetros y medio de extensión.

Las acciones se han concentrado en rescatar áreas existentes y convertirlas en espacios urbanos de calidad, democráticos, y responsables para con sus usuarios.

El espacio urbano con el que cuenta Guayaquil, y el que le ha permitido constituirse como un precedente importante para el desarrollo de otras ciudades, no se ve representado, siempre por espacios nuevos, sino que, en su mayoría, se refleja en espacios ya existente, es decir se rescató y se recicló los espacios.

Guayaquil se reinventó, los espacios abandonados, se recuperaron, y ahora aquellos espacios sirven para recreación, para caminar, para invertir e incluso para vivir.

4.2.1 Influencia de la regeneración urbana en el desarrollo del turismo de Guayaquil

Guayaquil se proyecta como una ciudad potencialmente turística, tanto a nivel nacional como internacional. El turismo podría ser la principal fuente de ingresos, para ello se hace necesario el conocimiento de la evolución que ha tenido este movimiento en los últimos años.

Una vez que estos importantes proyectos de recuperación urbana se empezaron a implementar en Guayaquil, se desarrolló un importante renacer de la identidad del guayaquileño y el orgullo de mostrar lo “renovado” de su ciudad.

De los primeros flujos que se originaron en Guayaquil fueron del turismo interno, a partir del año 2000 en que se desarrolló la primera fase del proyecto “Malecón 2000”, visitantes de las diferentes provincias y cantones vecinos generaban un ingreso moderado de turistas nacionales a Guayaquil.

Según la Fundación Malecón 2000, administradora y encargada del lugar en el año 2000 alrededor de 10'860.177 personas habrían visitado y recorrido sus instalaciones. Para el año 2004 en que el proyecto en su totalidad había sido concluido en sus 2.5kms de extensión, que en su trayecto incluye áreas culturales, centro de compras y

artesanías, comedores, jardines y espacios verdes, alrededor de 22'720.071 personas habrían visitado el lugar.



**Foto 3: Visitantes al Malecón 2000 durante un fin de semana.
Fuente: Fundación Malecón 2000**

Otro dato importante a resaltar es que en el mismo año se inauguró otro proyecto importante, como continuidad del recorrido al pie del río, y es el proyecto “Las escalinatas del Cerro Santa Ana”, un proyecto que recuperó un barrio olvidado en lo que es el Cerro Santa Ana, donde se asentó definitivamente la ciudad y logró generar empleos a los residentes del lugar. Estos dos principales atractivos en conjunto representan hasta la actualidad los lugares más visitados en Guayaquil, tanto por el turismo interno como internacional.

4.3 MODELO TURÍSTICO DE GUAYAQUIL: PRINCIPALES APRECIACIONES

Es más que definido que, el objetivo básico y prioritario del desarrollo turístico es mejorar la calidad de vida del residente y de los trabajadores de un centro integralmente planificado.

Y si se espera que el turismo, en cualquier espacio geográfico determinado, se convierta en la actividad económica dominante, es necesaria una planificación integral que beneficie tanto a la población local como se espera al turista o visitante.

El modelo de desarrollo turístico de Guayaquil, es aún muy complejo de definir, por el hecho mismo que no se ha definido una estrategia global, que incluya en su planificación importantes ejes de desarrollo, tanto en lo ambiental, territorial, económico, social como un todo.

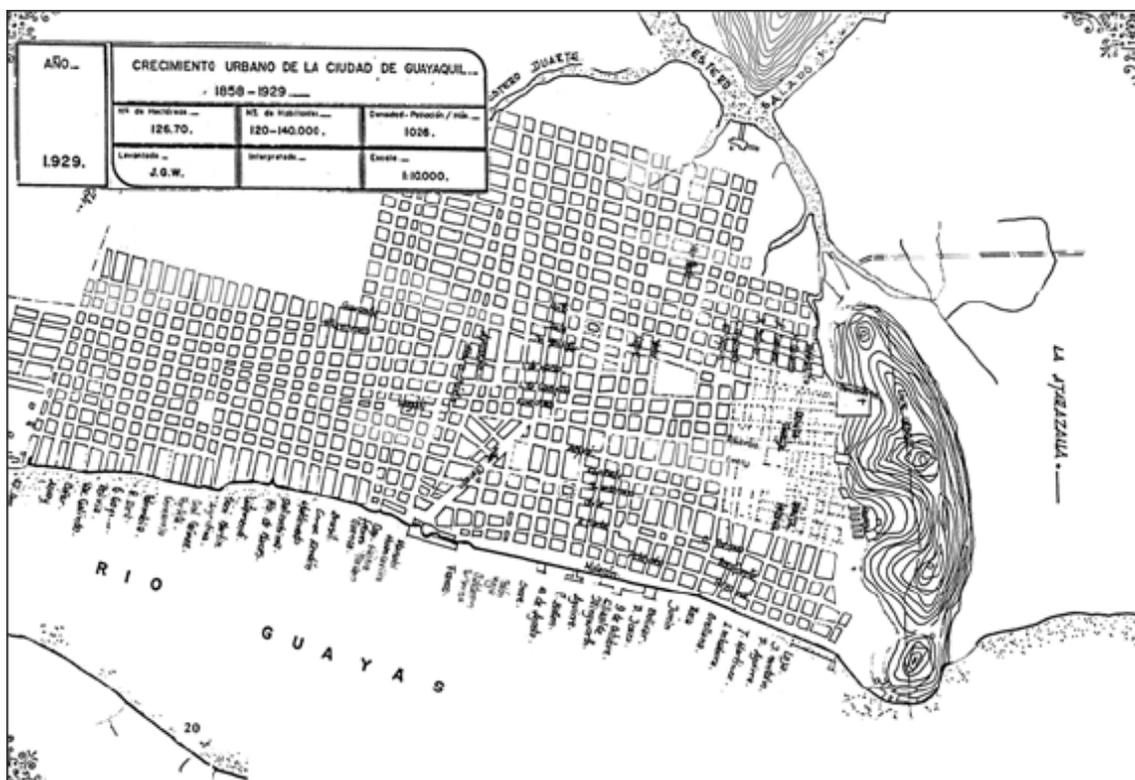
De que el turismo, ha pasado a plantearse como un objetivo dentro de la acción municipal local, es un hecho, pero se percibe al turismo -por el mismo hecho de ser una actividad muy compleja y multidisciplinar- como una actividad de fácil gestión, e implementación (no tanto territorial, más bien como un hecho social).

Es una realidad de que el mejoramiento urbanístico de una ciudad influye en el desarrollo de otras actividades, como es el caso de la inversión inmobiliaria, que para el caso de Guayaquil ha movido la inversión en este sector, con nuevos complejos inmobiliarios residenciales, edificios de oficinas, y hasta al sector hotelero por la plusvalía que genera ciertos sectores renovados. Pero también vale aclarar, que por el simple hecho de mejorar paisajísticamente un lugar, el mismo por sí solo no se va a vender, y menos si no cuenta con un producto característico o una imagen fuerte o definida. Y ese, es tal vez el error que están cometiendo los gestores del turismo en Guayaquil.

Ahora a Guayaquil se la promociona como la ciudad modelo de regeneración urbana para Latinoamérica, esa es un factor importante que ha permitido ser reconocida a nivel de Latinoamérica, como modelo de gestión municipal y urbano. Y a partir de ello, se ha tratado de llevar de la mano una promoción turística de posicionamiento de su imagen a nivel internacional.

De acuerdo al Plan de Ordenamiento territorial, la limitación del espacio turístico está dado por las ordenanzas municipales que permiten o restringen la implementación de

algún negocio de servicios turísticos. Esto quiere decir, no existe una zona turística de origen, que haya sido delimitada para la actividad misma, sino que se permitió en ciertas zonas sean esta comercial, residencial, el uso de esos espacios para actividades turísticas (léase esto apertura de hoteles, restaurantes, bares, discotecas).



Mapa 3: Espacio urbano de Guayaquil en el año 1929.
Fuente: Archivo Histórico del Guayas

Es decir se está tratando de implementar la “ciudad turística” dentro de la compleja morfología urbana y social de Guayaquil. Compleja ciudad, ya que primeramente el gobierno local, deberá atender a sus clientes internos, sus ciudadanos, por eso, y como anteriormente se mencionó, se priorizan otros sectores como:

- El plan integral de regeneración urbana, obra pública popular a gran escala.
- El sistema integral de transporte público
- El plan maestro de agua potable y alcantarillado (con énfasis a zonas populares)
- El plan de vivienda popular
- Salud, a través de la red de aseguramiento popular, hospitales, dispensarios y clínicas móviles.

Pero como menciona, Vera Rebollo et al., respecto a la herramienta que el turismo urbano representa para las inversiones públicas de las ciudades, en el sentido de

rentabilizar social y económicamente, es comprensible en ese sentido de que el municipio local lo esté haciendo así. Se lo está realizando de manera empírica.

De ahí lo complejo de definir un modelo específico, o sentar una línea de base de desarrollo turístico. Se hace referencia, según algunos urbanistas, de que urbanísticamente, e incluso turísticamente, por el modelo de implantación territorial, Guayaquil está exportando el modelo de Miami. Una ciudad americana, pero más latina que otras.

Por las atracciones que Miami ofrece, y sus alrededores, el clima cálido, su vida nocturna, y los múltiples *malls* para hacer compras. Además de su trazado urbano, tanto así que el último proyecto urbano y turístico denominado “Puerto Santa Ana”, que se extiende hacia el extremo norte del río Guayas, tiene como referencia la conocida zona *Coconut Grove* en la mencionada ciudad. Así como, la frecuente estrategia de los destinos urbanos con la creación de eventos especializados, conciertos, congresos, etc., para atraer turistas.



Imagen 2: Esquema del Proyecto “Puerto Santa Ana” junto al río Guayas. Fuente: Fundación Malecón 2000

Siguiendo el modelo territorial de Guayaquil, podría decirse que la ciudad ha vuelto a volcar su mirada al río, como un recurso para la explotación, si no en actividades acuáticas deportivas, más bien si, en su paisajismo, y es así que se sigue planificando el crecimiento del borde del río hacia el Norte, con otro proyecto residencial. Teniendo así una ciudad turística lineal, dada que al tener como foco urbano principal el río, este ha servido como recurso de desarrollo urbano y ahora turístico.



**Foto 4: Vista del trazado urbano de Guayaquil, La ciudad lineal al río.
Fuente: Fundación Malecón 2000**

La ciudad desde el punto de vista de ocio y recreo, regresó a sus orígenes, al núcleo principal, a su centro, es así que se han intensificado el uso de su suelo, inicialmente de índole comercial y bancaria, ha sido adecuada para uso turístico. El sector hotelero es el que más se ha beneficiado de esas facilidades, pues la mayor localización de los alojamientos está concentrada en este centro turístico, y se prevé la construcción de dos hoteles más cerca del Malecón del río. Mientras que en el “nuevo centro bancario y comercial” de Guayaquil, cerca de las importantes avenidas de comunicación, cerca de la periferia, se están asentando los hoteles de mayor dimensión y categoría con el fin de acoger a los turistas de grupos y de negocios.

Lo más interesante de esto, es que el crecimiento de la planta de alojamiento se debe, en la mayoría de los casos, a estos grandes hoteles localizados en la periferia, lo que implica una intensificación de usos en otros espacios de la ciudad, que antaño

no tenían esta función turística (Calle Vaquero et García Hernández, 2003), citado por Navarro Jurado, 2004. Este modelo centro-periferia sigue las mismas pautas en las ciudades europeas.

Por otro lado, si me remito a analizar el turismo de Guayaquil, de acuerdo a su fase de desarrollo y tomando en consideración el modelo de ciclo de vida de los destinos turísticos de Buttler (1980), podría definir que desde una manera teórica, se encuentra en la fase de “inicio desarrollo”, que no es más que la manera que el gestor local está tratando de despuntar el desarrollo turístico, dado que la siguiente fase es la consolidación, y siendo realista, tanto por el reflejo de las estadísticas, como el uso turístico de los espacios, aun no es intenso, Guayaquil apenas ha iniciado este ciclo de vida turística.

Para el modelo de Chadeffaud, Guayaquil como destino turístico estaría en la fase de madurez, ya que en la actualidad ha pasado a la acumulación de inversiones en alojamiento, transportes y actividades recreativas, pero aun presenta período de crisis, hasta se podría decir que existe una sobreoferta.

Cómo conclusión de este capítulo considero que Guayaquil aún está a tiempo para planificar un adecuado desarrollo turístico de la ciudad, aprendiendo de los mejores destinos consolidados pero ajustándose a la realidad local, el turista actual lo que busca es autenticidad y está volcando su mirada a destinos “emergentes”, y dentro del Ecuador y Latinoamérica es uno de ellos. Lo importante aquí es establecer políticas para el turismo, y el encargado es el gestor directo, el Municipio, debido al nivel de alcance que tiene en sus manos, buscar consensos entre los agentes públicos y privados para lograr dichos objetivos es prioritario, sólo así se podrá definir el éxito o fracaso de un modelo de desarrollo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Tal como se ha podido constatar, el turismo de Guayaquil ha tenido un crecimiento significativo como actividad económica para la ciudad, de acuerdo a cifras del ministerio de Turismo y de la Municipalidad de Guayaquil, anualmente recibe un promedio de 200.000 visitas de turistas nacionales y 110.000 visitas de turistas extranjeros. Por ello es importante destacar:

1. Guayaquil en su entorno general posee recursos de características destacables, una ubicación privilegiada, un solo clima todo el año, la mayor cuenca hidrográfica del Pacífico sur, un legado de historia y tradiciones, una desarrollada infraestructura de comunicación y transporte con un Aeropuerto Internacional que opera todo el año con conexión de vuelos internacionales a todas partes del mundo, todo lo mencionado permite ver el potencial que tiene a desarrollar.
2. Se recomienda, potencializar más el uso del río, como recurso turístico, por su valor histórico y paisajístico, de manera que cree una nueva imagen de Guayaquil.
3. El uso del espacio turístico debe estar delimitado geográficamente y sectorizado de manera tal que permita optimizarse el desplazamiento de los turistas, en menor tiempo posible, y con la capacidad de prestar las facilidades necesarias.
4. El espacio turístico, ha de adaptarse a la realidad urbana y social de la ciudad, dado el caso de varios autores que han demostrado que el turismo urbano al ser un fenómeno emergente produce aislamiento de los propios habitantes de los sitios turísticos y para el caso de Guayaquil es necesario plantearse.
5. Se debe considerar ir impulsando una tipología de turismo urbano en especial, a pesar de lo complejo que resulta en sí mismo este tipo de turismo, en el caso de Guayaquil, se ha hablado de que es reconocida como “destino de congresos y

negocios”, pues el gobierno local deberá emprender y reorganizar de mejor manera su estrategia de posicionamiento como tal.

6. Un importante segmento a considerar dentro de la tipología de turismo como producto nuevo, sería el turismo médico, según últimas publicaciones a nivel nacional, esta tipología está teniendo demanda dentro del país debido al bajo costo de las operaciones en comparación a los países de origen y Guayaquil cuenta con modernos hospitales y clínicas y el personal más especializado a nivel nacional. Con un exhaustivo estudio de la demanda se podría ofertar esta nueva modalidad de turismo.
7. El hecho de promocionar a Guayaquil “como un todo” también crea confusión a los potenciales turistas, en eso está el crear un producto diferenciador, por ejemplo Quito “patrimonio cultural de la humanidad”, lo que vende en si es la experiencia de ciudad colonial y su centro histórico, pero para Guayaquil es aun confusa.
8. Un factor favorable es la diversidad de oferta turística de alojamiento, la cual es amplia, se cuenta con hoteles de adecuadas instalaciones e infraestructuras, el sector hotelero en conjunto con la administración local debería formular estrategias de comercialización para elevar la estancia media y el índice de ocupación.
9. Por otro lado la demanda que visita Guayaquil, son turistas jóvenes, profesionales y de negocios, cuya estancia media es de 1-2 días, y mayoritariamente están de tránsito para continuar sus actividades en otro destino.
10. Sin embargo, existe un importante porcentaje grupo que viene por vacaciones y ocio, este segmento podría significar un potencial nicho por desarrollar, dado a la variada tipología de turismo existente en Guayaquil inherente al ocio y la recreación.

11. Algo destacable es el plan para crear el Buró de Negocios y Convenciones de la ciudad, para impulsar el turismo de congresos y negocios, aprovechando de manera las instalaciones existentes en la ciudad.
12. Otro punto a destacar es la presencia de Guayaquil en la web, tanto en las páginas de promoción turística como en importantes páginas de reservas y blogs de turismo como es tripadvisor, es un importante medio donde el propio cliente da su votación al destino.
13. El modelo turístico de Guayaquil debe ser flexible, y único, es decir poseer identidad, de que sirve exportar el modelo de desarrollo, si el mismo no funciona ni se adapta a la realidad local. Todo ello se consigue con la correcta identificación de los potenciales recursos turísticos de la ciudad.
14. El mismo debe ser planificado de manera tal que permita un replanteamiento en la marcha, y sobre todo enfocarse nuevos segmentos de mercado, que previamente se habrá de identificar.
15. El problema del desarrollo turístico en Guayaquil, es que se está desarrollando sin una planificación específica, se debe estudiar exhaustivamente la demanda, para a partir de ello generar una gama de productos turísticos, pero lo que se ha hecho hasta ahora es hacer campañas de difusión sin replantearse lo que realmente se desea y se espera en materia de turismo.
16. Si bien el modelo de gestión administrativa municipal funciona, y es un ejemplo a nivel de Latinoamérica, se recomienda reforzar la gestión y planificación del turismo desde el gobierno local, con un plan estratégico de desarrollo para Guayaquil.

17. Guayaquil cuenta con factores favorables para una consolidación de este tipo de turismo, como ha quedado demostrado en los capítulos anteriores, lo que se hace necesario es una adecuada planificación desde el ámbito turístico, y sobre todo un pacto por el turismo de la ciudad en donde converjan todos los sectores involucrados y beneficiados por el mismo.

18. Un hecho muy necesario que podría ayudar a la configuración y desarrollo del mercado turístico en Guayaquil, es el desarrollo de una política turística municipal, que vayan encaminados a la instauración de un modelo turístico y de calidad para la ciudad.

19. Si bien, se ha tomado al turismo como eje de desarrollo y dentro de los principales objetivos de Planes estratégicos nacionales, deberá considerarse que el turismo no es una actividad empírica, ahora hay profesionales especializados en diversas áreas concernientes al turismo, y es necesario que se los considere como parte de esos planes de desarrollo.

20. Por otro lado establecer una oficina encargada de llevar a cabo estadísticas turísticas continua, para manejar una base de datos que sirvan como indicadores del comportamiento del sector turismo, además son la base para el análisis y estudio del fenómeno turístico.

21. Una herramienta para el desarrollo, es también el apoyo a la investigación en turismo, a través de este trabajo ha sido una realidad dura, constatar que existe mayoritaria carencia de trabajos en esa línea, lo ideal sería que a futuro se siga aportando con más investigación.

BIBLIOGRAFÍA

1. Arce Bastidas R., Cobeña Rosales P., (2007), Tesis de grado “Análisis de la aplicación de las herramientas de promoción actuales de Guayaquil como destino turístico”, Escuela Superior Politécnica del Litoral
2. Archivo Histórico del Guayas, (2009), Historia de Guayaquil, Biblioteca digital, pagina Web www.archivohistoricoguayas.org
3. Banco Central del Ecuador, (2009) Boletín semestral de las Cuentas Nacionales, pagina Web www.bce.fin.ec
4. Boullón Roberto, (1985) Planificación del espacio turístico, Editorial Trillas, México
5. Calderón Vásquez, F., (2005) “Distrito turístico rural, un modelo teórico desde la perspectiva de la oferta. Especial referencia al caso Andaluz”, tesis doctoral, Universidad de Málaga
6. Callizo Soneiro J., (1991) Aproximación a la Geografía del Turismo, Editorial Síntesis, Madrid, España
7. Cámara Provincial de Turismo del Guayas (2009) Estadísticas, pagina Web www.turismoguayas.com
8. Consejo Provincial del Guayas, (2009) Plan Maestro de turismo, destinos turísticos del Guayas, pagina Web www.soloenguayas.com
9. Crespo Cedeño L., Jalon Díaz V., (2002), Tesis de grado “Un enfoque estadístico de la demanda en el sector turístico de Guayaquil”, Escuela Superior Politécnica del Litoral

10. Dreher Douglas, (2007), Paper “La regeneración urbana de Guayaquil”, paginas Web www.douglasdreher.com
11. Fabre Molina L., (2008), Articulo de revista “Un modelo de desarrollo local participativo, inclusivo y de bienestar ciudadano”, Revista Ciudad positiva *aquí Guayaquil*
12. Fernández Tabales A., (2004) Paper “Turismo y ordenación del territorio”, QPE-revista electrónica, num. 7
13. Gutiérrez Carlos X., (Julio 2008) Articulo de revista “Los desafíos de Guayaquil”, Revista Vistazo.
14. Hernández Díaz E., (1982) Planificación Turística, Editorial Trillas, México
15. Instituto de Planificación Urbana (2009) Mapoteca Digital, Facultad de Arquitectura Universidad Católica de Guayaquil
16. Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, (2009) V Censo de población del Ecuador, pagina Web www.inec.gov.ec
17. Marchena Gómez M., (1987) Territorio y Turismo en Andalucía: Análisis a diferentes escalas espaciales, tesis doctoral, Junta de Andalucía (Consejería de Economía y Fomento)
18. Ministerio de Turismo del Ecuador (2008) Ultimas estadísticas del sector turismo nacional, pagina Webs www.turismo.gov.ec
19. Municipio de Guayaquil, (2009) catálogos de productos turísticos, material de promoción turística, Dirección de Turismo, Relaciones Internacionales y Competitividad.

20. Montaner Montejano J., (1998) Estructura del Mercado Turístico (Gestión Turística), Editorial Síntesis, Madrid, España
21. Navarro Jurado E., (2004) Paper “Proceso de crecimiento e intensificación de usos en los destinos turísticos consolidados”, en el IX Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación
22. Revista Captur G, (Mayo 2007) Artículo “Guayaquil Paradigma de desarrollo”, Cámara Provincial de turismo del Guayas
23. Revista Captur G, (Junio 2007) Estadísticas de visitantes al malecón 2000 y al malecón del salado, Cámara provincial de turismo del Guayas.
24. Torres Bernier E., Esteve Secall R., Fuentes García R., Martín Rojo M., (2006) Estructura de mercados turísticos, Editorial UOC, Barcelona, España
25. Valls Josep Francesc, (2003) Las claves del mercado turístico: cómo competir en el nuevo entorno, Ediciones Deusto, Bilbao
26. Vera Rebollo F., López Palomeque F., Marchena Gómez M., Antón Clavé S., (1997) Análisis territorial del turismo: una nueva geografía del turismo, Editorial Ariel, Barcelona
27. Wong Chauvet D., (2005) Paper “Del caos al orden. Guayaquil y su desarrollo urbano actual”, Ciudades 9