



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TITULACIÓN DE MAGÍSTER EN GESTIÓN Y DESARROLLO SOCIAL

**Turismo urbano popular en Guayaquil como alternativa de alivio a la pobreza
e inclusión social.**

TRABAJO DE FIN DE MÁSTER

AUTOR: Alarcón Aguiar, Andrés Santiago Ingeniero

DIRECTOR: Vallet Carroza, David Armando Magíster

CENTRO UNIVERSITARIO GUAYAQUIL

2015

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE MAESTRÍA

Mgs.

DAVID VALLET CARROZA

DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo, denominado “Turismo Urbano Popular en Guayaquil como alternativa de alivio a la pobreza e inclusión social” realizado por el profesional Ing. Alarcón Aguiar Andrés, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, Enero 2015

f)

Mgs. David Armando Vallet Carroza

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo Alarcón Aguiar Andrés declaro ser autor (a) del presente trabajo de fin de maestría: Turismo urbano popular en Guayaquil como alternativa de alivio a la pobreza e inclusión social, de la Titulación en Gestión y Desarrollo Social, siendo --- director (a) del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, concepto, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo), de la Universidad”.

f)

Autor: Alarcón Aguiar Andrés Santiago

Cédula: 0922488903

DEDICATORIA

A mi amada mamá, Dra. Piedad Aguiar por su esfuerzo, buen ejemplo y dedicación incondicional y a mi querida abuelita Alejandrina Figueroa (+) quien siempre estuvo orgullosa de mí y ha sido la persona más noble que hasta ahora he podido conocer. La excelente calidad y sensibilidad humana de ambas me motivó a direccionar mis estudios y esfuerzos profesionales procurando “Ser más para servir mejor.”

AGRADECIMIENTO

Son varias las personas que me motivaron a comenzar, avanzar y terminar esta maestría, ellas saben quiénes son y les estoy agradecido por todo su apoyo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE MASTER.....	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
ÍNDICE DE CONTENIDOS	VI
ÍNDICE DE CUADROS.....	X
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	X
RESUMEN	XIII
ABSTRACT.....	XIV
INTRODUCCIÓN	15
CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	17
1.1. Antecedentes del problema	18
1.2. Planteamiento del problema	19
1.3. Importancia y justificación.....	20
1.4. Organización promotora.....	21
1.5. Beneficiarios del proyecto.....	21
1.6. Descripción estratégica	22
1.6.1. Fin.....	22
1.6.2. Propósito.....	22
1.6.3. Resultados esperados.	22
1.6.4. Objetivos del proyecto.....	23
1.6.5. Estrategias del proyecto.....	23

1.7. Matriz de marco lógico	24
1.8. Propuesta metodológica	26
1.9. Marco Conceptual	28
1.10. Opinión o concepto público	30
CAPÍTULO II: HISTORIA DEL TURISMO.....	31
2.1. El turismo, generalidades	32
2.2. El turismo en Ecuador	32
2.2.1. Atractivos turísticos más importantes de Ecuador.....	32
2.2.2. Evolución del turismo en el país.	38
2.3. El turismo en Guayaquil.....	43
2.3.1. Atractivos turísticos de Guayaquil.....	43
2.3.2. Evolución del turismo en la ciudad.....	52
2.4. El turismo en Brasil (Ejemplo práctico).....	53
2.4.1. Las Favelas de Río de Janeiro.	53
2.4.2. Proyecto turístico en Favelas “Rio Top Tour”.	57
2.4.3. Resultados obtenidos tras el proyecto “Rio Top Tour”.....	59
CAPÍTULO III: SITUACIÓN TURISTICA ACTUAL DE LA CIUDAD Y SELECCIÓN DE BARRIO PILOTO	61
3.1. Análisis de Guayaquil	62
3.1.1. Características Generales.	62
3.1.2. Oferta actual de turismo.	62
3.1.3. Demanda actual de turismo.....	63
3.1.4. Organizaciones de apoyo al desarrollo turístico.....	63

3.2. Selección del barrio piloto.....	64
3.2.1. Barrios opcionados y sus características básicas.....	64
3.2.2. Matriz de características e involucrados.	67
3.2.3. Análisis y selección de barrio piloto.	69
3.3. Análisis de Bastión Popular	70
3.3.1. Características Generales.	70
3.3.2. Potencialidad actual de turismo.....	70
3.3.3. Organizaciones de apoyo al desarrollo.....	70
CAPÍTULO IV: PRODUCTO “TURISMO URBANO POPULAR”	72
4.1. Diseño del producto turístico	73
4.1.1. Cómo diseñar un producto turístico.....	73
4.1.2. Descripción de talleres.....	74
4.1.3. Relaciones interinstitucionales.	75
4.1.4. Medidas de seguridad.	76
4.1.5. Resultados esperados.	76
4.1.6. Análisis de beneficios para los actores.....	76
4.1.6.1. <i>Beneficios para el barrio.</i>	76
4.1.6.2. <i>Beneficio para el turista.</i>	77
4.1.6.3. <i>Beneficio para la empresa privada.</i>	77
4.1.7. Marketing Mix Social del “Turismo Urbano Popular”.	78
4.1.7.1. <i>Producto.</i>	78
4.1.7.2. <i>Precio.</i>	79
4.1.7.3. <i>Plaza.</i>	81

4.1.7.4. Promoción.....	81
4.1.7.5. Personal.....	81
4.1.7.6. Presentación.....	82
4.1.7.7. Proceso.....	82
4.2. Sistema de Seguimiento y Evaluación.....	83
4.2.1. Organización de control.....	83
4.2.2. Control de seguridad.....	83
4.2.3. Análisis de evolución de Bastión Popular.....	83
5. CAPÍTULO V: ESTUDIO DE MERCADO.....	85
5.1. Objetivos de la investigación.....	86
5.1.1. Objetivo General.....	86
5.1.2. Objetivos Específicos.....	86
5.2. Método de investigación.....	86
5.2.1. Método seleccionado.....	86
5.2.2. Tamaño de la población y la muestra.....	87
5.3. Investigación de campo.....	90
5.3.1. Modelo de encuesta.....	90
5.3.1.1. Encuesta para turistas extranjeros.....	91
5.3.1.2. Encuesta para instituciones públicas.....	91
5.3.1.3. Encuesta para agencias turísticas.....	91
5.3.2. Resultados Obtenidos.....	92
CONCLUSIONES.....	95
RECOMENDACIONES.....	97

BIBLIOGRAFÍA	98
ANEXOS	102

ÍNDICE DE CUADROS

<i>Tabla 1 Matriz de Marco Lógico</i>	<i>24</i>
<i>Tabla 2 Atractivos turísticos ecuatorianos más buscados en Internet, según investigación realizada en el 2014.....</i>	<i>33</i>
<i>Tabla 3 Iglesias tradicionales de Guayaquil, sus años de creación y ubicación</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 4 Monumentos y Parques</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 5 Favelas más grandes de Río de Janeiro</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 6 Matriz de características e involucrados</i>	<i>67</i>
<i>Tabla 7 Matriz de actores</i>	<i>75</i>
<i>Tabla 8 Itinerario sugerido.....</i>	<i>78</i>
<i>Tabla 9 Costo del producto turístico</i>	<i>80</i>
<i>Tabla 10 Llegada de extranjeros al Ecuador</i>	<i>88</i>
<i>Tabla 11 Llegada de extranjeros por jefatura de migración.....</i>	<i>88</i>
<i>Tabla 12 Muestra, encuestas para turistas.....</i>	<i>89</i>
<i>Tabla 13 Muestra, encuestas para agencias de turismo.....</i>	<i>89</i>

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1 Galápagos, Puerto Baquerizo Moreno-Isla San Cristóbal</i>	<i>35</i>
<i>Ilustración 2 Galápagos, Isla Isabela.....</i>	<i>35</i>

<i>Ilustración 3 Montañita</i>	<i>36</i>
<i>Ilustración 4 Los Frailes.....</i>	<i>37</i>
<i>Ilustración 5 Parque Nacional Cajas</i>	<i>38</i>
<i>Ilustración 6 El Malecón 2000</i>	<i>44</i>
<i>Ilustración 7 Cerro Santa Ana.....</i>	<i>45</i>
<i>Ilustración 8 Barrio Las Peñas.....</i>	<i>46</i>
<i>Ilustración 9 Parque Histórico de Guayaquil, sección arquitectónica</i>	<i>47</i>
<i>Ilustración 10 Parque Histórico de Guayaquil, antiguo tranvía urbano</i>	<i>48</i>
<i>Ilustración 11 Malecón del Salado, puente del velero</i>	<i>49</i>
<i>Ilustración 12 Zoológico El Pantanal</i>	<i>50</i>
<i>Ilustración 13 Bosque Protector Cerro Blanco</i>	<i>51</i>
<i>Ilustración 14 Favela Santa Marta, estatua de Michael Jackson</i>	<i>56</i>
<i>Ilustración 15 Favela Rocinha, antes y actualmente.....</i>	<i>56</i>
<i>Ilustración 16 Favela Santa Marta en la actualidad.....</i>	<i>57</i>
<i>Ilustración 17 Turistas en las favelas de Río de Janeiro.....</i>	<i>58</i>
<i>Ilustración 18 Vista desde varias favelas</i>	<i>60</i>
<i>Ilustración 19 Bastión Popular.....</i>	<i>65</i>
<i>Ilustración 20 Cristo del Consuelo</i>	<i>66</i>
<i>Ilustración 21 Nigeria.....</i>	<i>67</i>
<i>Ilustración 22 Encuestas turistas, segunda y tercera pregunta.....</i>	<i>92</i>
<i>Ilustración 23 Encuestas turistas, sexta pregunta – Conocimiento de zonas urbano populares de Guayaquil.....</i>	<i>93</i>
<i>Ilustración 24 Encuestas turistas, séptima y octava pregunta</i>	<i>94</i>

<i>Ilustración 25 Encuestas turistas, décima pregunta – Valor a cancelar.....</i>	<i>94</i>
<i>Ilustración 26 Cronograma de tesis</i>	<i>103</i>
<i>Ilustración 27 Encuestas turistas, primera pregunta – Rango de edades</i>	<i>112</i>
<i>Ilustración 28 Encuestas turistas, primera pregunta – Géneros encuestados</i>	<i>113</i>
<i>Ilustración 29 Encuestas turistas, segunda pregunta – Sabe del turismo urbano popular</i>	<i>113</i>
<i>Ilustración 30 Encuestas turistas, tercera pregunta – Conocimiento de turismo en favelas de Brasil.....</i>	<i>114</i>
<i>Ilustración 31 Encuestas turistas, cuarta pregunta – Ha visitado Ecuador.....</i>	<i>114</i>
<i>Ilustración 32 Encuestas turistas, quinta pregunta – Ha visitado Guayaquil.....</i>	<i>115</i>
<i>Ilustración 33 Encuestas turistas, sexta pregunta – Conocimiento de zonas urbano populares de Guayaquil.....</i>	<i>115</i>
<i>Ilustración 34 Encuestas turistas, séptima pregunta – Interés en incursionar zonas</i>	<i>116</i>
<i>Ilustración 35 Encuestas turistas, octava pregunta – Aprobación turismo urbano popular en la ciudad.....</i>	<i>116</i>
<i>Ilustración 36 Encuestas turistas, novena pregunta – Decisión de contratar.....</i>	<i>117</i>
<i>Ilustración 37 Encuestas turistas, décima pregunta – Valor a cancelar.....</i>	<i>117</i>

RESUMEN

El presente proyecto consiste en desarrollar un modelo de gestión social-económico a través de la implementación del turismo urbano popular dentro de la ciudad, basados en la cultura, gastronomía y costumbres de los habitantes de un sector seleccionado.

El proyecto busca analizar y proponer el desarrollo del turismo urbano popular en un sector periférico de Guayaquil dentro de un barrio piloto, para incrementar la oferta turística de la ciudad y paralelamente originar mayores beneficios directos e indirectos para el sector y barrio seleccionado. El mismo que podrá ser luego replicado en otros barrios contribuyendo al desarrollo urbano de la ciudad.

Se desarrolló un producto turístico, con el cual se busca potencializar el desarrollo turístico del sector y del barrio seleccionado, detallando los pasos a seguir para la conformación y desarrollo del mismo, hasta el punto de su seguimiento y control. De igual manera se perfilará el actuar o las relaciones interinstitucionales que se deberá mantener con las instituciones turísticas del país, tanto públicas como privadas. Englobando en el presente documento, toda la planeación necesaria para el desarrollo del modelo de gestión social-económico.

PALABRAS CLAVES: Modelo de gestión, económico-social, turismo urbano, urbano popular, producto turístico.

ABSTRACT

This project consists of developing a social-economics management model for the implementation of the popular urban tourism within the city, based on the culture, cuisine and customs of the habitants of a selected sector.

The project seeks to analyze and propose the development of the urban tourism popular in a peripheral area of Guayaquil in a pilot district, to increase tourism in the city and at the same time caused a spill of direct and indirect benefits for the selected area and district. This can then be replicated in other neighborhoods or districts, contributing to urban development.

It developed a tourist package, which seeks to promote the tourist development of the sector and of the selected district, detailing the steps to be followed for the creation and development of the same, to the point of monitoring and control. Similarly will outline the way to act or the inter-institutional relationships that must be maintained with the tourism of the country, both public and private institutions. Encompassing in the present document, all the necessary planning for the development of social-economics management model.

KEY WORDS: Model management, socio-economic, popular urban, urban tourism, tourist package.

INTRODUCCIÓN

El turismo es una fuente de ingresos económicos para toda ciudad o país en general, y más aún en Ecuador, un país que posee tan grande biodiversidad natural, brindado por la gran variedad de climas que posee en sus diversas provincias. Sin embargo este ámbito de turismo por una forma llamarlo ‘regular’, se encuentra siendo atendido actualmente por diversas instituciones tanto públicas como privadas, que junto con el apoyo gubernamental impulsan diversos proyectos turísticos en varios puntos del país, primando aquellos denominamos como ‘agro-turísticos’.

De esta forma dejan de lado la posibilidad de crear proyectos con un contexto más social que económico, aquellos proyectos en los cuales el beneficio para la sociedad involucrada no se centre únicamente en su desarrollo económico, sino también en un desarrollo social, brindando mejoras en los hábitos y diario vivir de las personas. Un claro ejemplo de este tipo de turismo más social, es el ‘turismo urbano popular’ en el cual se centra el presente documento.

El presente trabajo de titulación de máster busca direccionar esa posibilidad turística al ámbito de la gestión y el desarrollo social para un grupo de habitantes de la ciudad de Guayaquil, del grupo socioeconómico bajo, cuyas condiciones socioeconómicas los hacen fuente de esta necesidad de apoyo a su desarrollo; buscando un alivio a la pobreza que viven y generando una inclusión social con el resto de la comunidad guayaquileña.

A lo largo del documento se podrá encontrar en el primer capítulo la descripción y análisis de la problemática, los beneficiarios y descripción estratégica, la propuesta metodológica

y el marco conceptual donde se detallará brevemente el glosario de palabras y frases a emplear en el documento. Dentro del segundo capítulo se encontrará el marco histórico del turismo, con sus generalidades, los principales atractivos turísticos del Ecuador y su evolución, así como su referente en la ciudad de Guayaquil; y por último una breve descripción del ejemplo práctico del turismo de favelas en Río de Janeiro en Brasil. En el tercer capítulo se describe la actualidad del turismo en Guayaquil, se hace la selección del barrio piloto, y el análisis del barrio elegido. Dentro del cuarto capítulo se describe el producto turístico a desarrollar, con el diseño del mismo, el marketing social a emplear, y sistema de seguimiento propuesto. Para el quinto capítulo se expone el estudio de mercado realizado, con los objetivos y método para la investigación, el modelo y resultados de la investigación de campo. Terminando con las conclusiones y recomendaciones; la bibliografía y los anexos.

A través de la implementación del producto planteado en el presente estudio realizado como propuesta de intervención, se brinda la solución requerida para la problemática establecida. Para el presente trabajo se contó con la facilidad del acercamiento profesional con algunos de los involucrados, gracias a las actividades laborales del autor, lo cual optimizó la realización del estudio y la inserción en los barrios involucrados para la selección del barrio piloto.

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1. Antecedentes del problema

Miles de ciudadanos que, por trabajo o estudio, dejan sus cantones para formar parte de la población guayaquileña, llegan de todas las provincias del país. Según el censo poblacional del 2010, Guayaquil tenía 2,3 millones de habitantes.

En algo más de una década (1974-1986), los asentamientos informales se expandieron por Guayaquil aceleradamente. En ese lapso se estableció una invasión que pasó a llamarse Guasmo, en el sur de la ciudad; luego las invasiones pasaron al norte, a los cerros de Mapasingue y Prosperina, para continuar por las haciendas cercanas, lo que hoy es Bastión Popular. Estos movimientos masivos de gente sin casa fueron gobernados por dirigentes con mucha influencia y experiencia en la invasión de tierras en Guayaquil, como se revela en documentos escritos por el sociólogo Gaitán Villavicencio, que afirma que “en la formación de estas cooperativas, invasiones o asentamientos populares surgieron líderes, cada uno con una característica”, quienes posterior a los asentamientos siguieron manteniendo cierta influencia siendo que “Todos formaron empresas informales de urbanización y estuvieron ligados a partidos políticos” (Olmos, 2005).

La población de las zonas invadidas proviene de casi todas las provincias del país. Algunos perseguidos por la sequía en Manabí o Loja, otros por el hastío de vivir desamparados, sin los servicios más simples ni forma de sacar sus productos a vender, en el norte de Esmeraldas o en Los Ríos, otros por estudiar en la ciudad y así por varias razones que se resumen en dos ejes: trabajo y educación, que les generen mejores condiciones de vida.

Esto se confirma con los datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) el cual señala que 118.921 personas ingresan a la ciudad por estudios o trabajo, mientras que otros 47.490 salen por esos mismos motivos. Las cifras fueron arrojadas por una encuesta que se efectuó en el 2010, a la par de cuando se hizo el censo nacional de población. Esto indica que cada vez es más gente la que entra que la que opta por salir a otros espacios, y en su mayoría optan por reubicarse en asentamientos en los perímetros de la urbe.

También el fenómeno del Niño, en sus versiones 92-93; 97-98, desplazó a miles de personas, del campo a la ciudad en condiciones de pobreza y con bajos niveles de educación. La gente se forja numerosas expectativas de la vida urbana, considerándola más rica en posibilidades de bienestar, al contrastarla con las dificultades de la vida rural.

1.2. Planteamiento del problema

No existe en Guayaquil el turismo urbano popular, siendo este es un concepto turístico que está tomando fuerza en varias partes del mundo, por medio del cual se pueda favorecer al crecimiento de estos sectores de la ciudad y a sus habitantes. Los sectores urbano-populares de Guayaquil poseen una calidad de vida disminuida, y no cuentan en la actualidad con alternativas de ingresos que beneficien de manera general a toda esa comunidad.

Guayaquil al ser concebida como una ciudad de oportunidades debido al gran comercio que presenta, es atractiva para la inmigración de poblaciones de diferentes sectores del Ecuador, que intrínsecamente traen consigo un gran valor cultural, gastronómico y artesanal propio de sus raíces, generando asentamientos informales en sectores perimetrales de la urbe.

Debido a esto existe sobreoferta de mano de obra además de que generalmente es no calificada o apta para ejecutar actividades de servicios. Las oportunidades de empleo formal son limitadas, teniendo que recurrir al autoempleo como vendedores ambulantes, prestación de servicios de gasfitería, construcción y afines, o servicio doméstico.

1.3. Importancia y justificación

En la actualidad en Guayaquil se está generando un desarrollo turístico muy evidente con la inversión en nuevos edificios de cadenas hoteleras importantes, el gobierno local ha desarrollado una infraestructura vial y espacios aptos para visitar. Además, geográficamente la ciudad es un punto referencial de llegada y distribución de turistas extranjeros hacia Galápagos principalmente, y en época de vacaciones estudiantiles en el régimen sierra (en los meses de julio y agosto), llegan visitantes provenientes de la zona centro del país con destino a las diferentes playas. Internamente el guayaquileño también recorre su ciudad y busca actividades o espacios de esparcimiento y disfrute con su familia o amigos.

Sin embargo, a pesar de esto, la ciudad cuenta con pocas actividades organizadas tanto culturales o gastronómicas permanentes y reconocidas, que se integren a la oferta existente actualmente, permitiendo mayor tiempo de estadía y ocupación hotelera con lo cual aumentaría el consumo de los servicios necesarios como gastronomía, artesanías, movilización, hospedajes, todo lo cual repercutiría positivamente en los ingresos del comercio local vinculado a la actividad turística, generando también empleos directos e indirectos, mejorando consecuentemente la economía local.

Es aquí cuando existe la coyuntura de generar el turismo urbano popular al unir esta necesidad del mercado propiciando una oferta competitiva y bien estructurada que por un lado satisfaga al sector turístico, y por el otro mejore las condiciones de vida de la comunidad prestadora de los servicios. Un barrio que sería esquematizado y vendido como atracción turística al brindar una experiencia de lo auténtico y lo exótico en un único lugar, pudiendo conocer el Guayaquil profundo al cual no suelen acceder por miedo pero ahora de una manera segura.

Es importante analizar no tanto sobre si los paseos en el barrio deben o no existir, sino cómo estos deben ser conducidos de tal forma que pueda ser esquematizado, vendido y consumido como un destino turístico urbano popular.

1.4. Organización promotora

Se buscará el apoyo para promover el presente proyecto dentro del M.I. Municipio de Guayaquil, con colaboración del “Programa Zumar” presente en el barrio piloto elegido para el desarrollo del estudio.

1.5. Beneficiarios del proyecto

Los beneficiarios del presente proyecto son vistos desde varias aristas las cuales convergen para el desarrollo de la ciudad, el país y sus habitantes:

- El barrio piloto (seleccionado) y sus habitantes, con el desarrollo socio-cultural y económico.
- El turista al contar con un nuevo concepto turístico no aplicado actualmente.
- La empresa privada al brindar una nueva oferta turística.
- La ciudad al obtener un atractivo turístico con posibilidades de ser reconocido mundialmente.

1.6. Descripción estratégica

1.6.1. Fin.

Mejorar la calidad de vida de la población urbano popular del sector seleccionado de la ciudad de Guayaquil.

1.6.2. Propósito.

Crear un producto turístico innovadora dentro de la ciudad de Guayaquil y del país, el cual tiene una incidencia social y económica directa en los involucrados, con la finalidad de replicarlo en otros puntos del país.

1.6.3. Resultados esperados.

Se espera dejar planteada la propuesta como un incentivo dentro del barrio piloto y de las instituciones públicas consultadas, de llevar a cabo el modelo planteado, para el beneficio de todos los involucrados y crecimiento de la sociedad.

1.6.4. Objetivos del proyecto.

1. Realizar un diagnóstico situacional con énfasis en la problemática a solucionar y la metodología a seguir.
2. Establecer un marco conceptual referente a la actualidad turística.
3. Realizar un diagnóstico de la actualidad turística en la ciudad y en los barrios a intervenir.
4. Diseño de un producto turístico.
5. Realizar el estudio de mercado.

1.6.5. Estrategias del proyecto.

- A. Determinar el sector urbano popular a analizar, e identificar y analizar la riqueza intangible del mismo (costumbres, tradiciones).
- B. Establecer directrices para la conformación de una organización social barrial.
- C. Caracterizar el sector a intervenir.
- D. Determinar acciones para potencializar la gastronomía y cultura autóctona de los moradores del sector elegido.
- E. Definir el producto turístico a ofertar, con todas sus características, e itinerario de actividades a realizar.
- F. Enlistar las gestiones para desarrollar e implementar esta modalidad de turismo en otros barrios.
- G. Promover interinstitucionalmente su implementación.

1.7. Matriz de marco lógico

Tabla 1 Matriz de Marco Lógico

Elementos Básicos del Proyecto	Indicadores Verificables Objetivamente	Medios de Verificación	Supuestos
Fin: Mejorar la calidad de vida de la población urbano popular del sector seleccionado de la ciudad de Guayaquil.	Resultados positivos para la población del barrio piloto, en aspecto social y económico	Organización barrial conformada previo a la implementación de la propuesta	Control sobre la sociedad o barrio en la que se realizó la incursión y se desarrolla el producto turístico, supervisión de los habitantes
Propósito: Crear una oferta turística innovadora para la ciudad de Guayaquil con incidencia social.	- Modelo de gestión determinado y listo para su implementación y puesta en marcha - Propuesta turística lista para implementar	- Organización barrial conformada previo a la implementación de la propuesta - Instituciones públicas involucradas	Control en la seguridad del atractivo turístico, control de las agencias turísticas que deben incentivar la contratación del producto
Resultados: Plantear la propuesta como un incentivo dentro del barrio piloto y de las instituciones públicas consultadas, de llevar a cabo el modelo planteado, para el	Para Junio del 2014 se terminará de elaborar la propuesta, dejando el incentivo dentro de la población y de las instituciones públicas consultadas	Investigación de mercado para evaluar la apreciación de los resultados	Aprovechar el incentivo y emoción dentro de los involucrados para el desarrollo del producto propuesto

beneficio de todos los involucrados y crecimiento de la sociedad.			
Acción 1: Determinar el sector urbano popular a analizar, e identificar y analizar la riqueza intangible del mismo (costumbres, tradiciones).	Presupuesto para movilización, material impreso, alimentación y tiempo disponible durante la investigación. Costo estimado \$ 60	Costo de incursión e investigación general de los posibles barrios propuestos como piloto. Costo aproximado de \$ 50, cubierto por autor del proyecto	Realizar Matriz de características e involucrados
Acción 2: Establecer directrices para la conformación de una organización social barrial.	Investigación profesional, sin presupuesto económico	Cero costo económico	Determinar los pasos a seguir para facilitar la conformación de una organización de control dentro del barrio piloto
Acción 3: Caracterizar el sector a intervenir.	Presupuesto para movilización, material impreso, alimentación y tiempo disponible durante la investigación. Costo estimado \$ 60	Costo de incursión e investigación profunda del barrio piloto. Costo aproximado de \$ 40, cubierto por el autor del proyecto	Análisis profundo de los habitantes, orígenes y costumbres
Acción 4: Determinar acciones para potencializar la gastronomía y cultura autóctona de los	Presupuesto para movilización, material impreso, alimentación y tiempo disponible durante la	Costo de incursión e investigación profunda del barrio piloto. Costo aproximado de \$ 20,	Análisis de cursos a impartir

moradores del sector elegido.	investigación. Costo estimado \$ 30	cubierto por el autor del proyecto	
Acción 5: Enlistar las gestiones para desarrollar e implementar esta modalidad de turismo en otros barrios.	Investigación profesional, sin presupuesto económico	Cero costo económico	Desarrollar un esquema a seguir, práctico y generalizado que pueda ser reproducido en otros barrios
Acción 6: Definir el producto turístico a ofertar, con todas sus características, e itinerario de actividades a realizar.	Investigación profesional, sin presupuesto económico	Cero costo económico	- Realizar Marketing Mix del producto - Descripción específica de las actividades a realizar
Acción 7: Promover interinstitucionalmente su implementación.	Presupuesto para material impreso, alimentación y tiempo disponible durante las reuniones. Costo estimado \$ 60	Costo de reuniones, piqueos, bocaditos y demás brindados. Costo aproximado de \$ 40, cubierto por el autor del proyecto	Reuniones formales e informales para dar a conocer la propuesta

Elaboración: Autor del proyecto.

1.8. Propuesta metodológica

Realizar el análisis del grupo objetivo más idóneo para esta propuesta de intervención, para lo cual se aplicará una matriz de selección que considere como parámetros la ubicación del barrio, es decir, la distancia desde el centro de la urbe, seguridad, ruta de acceso, nivel de

organización comunitaria, potencial turístico (cultura, gastronomía), servicios básicos, estética del lugar, capacidades de la comunidad y los aliados estratégicos.

Se investigará el potencial del entorno in situ para generar el producto, la oferta actual en Guayaquil, y requisitos para su ingreso en el mercado. Se ejecutará la matriz de involucrados, donde se analizará e investigará a los líderes dentro del barrio, así como a las instituciones públicas y privadas vinculadas o a involucrar, para realizar acercamientos y medir el apoyo desde sus competencias de acción. Se plantea la inclusión de la consulta en este tema dentro de una reunión de carácter interinstitucional con aplicación de encuesta con la finalidad de conocer 1) el interés por parte de las instituciones públicas como promotores del turismo en el territorio, 2) la acogida que podría generarse por parte de visitantes foráneos y, 3) la disponibilidad de venta de este producto por parte de las agencias u operadoras turísticas.

Con toda esta información y cruzándola con la experiencia internacional del turismo de favelas de Río de Janeiro en Brasil, se generará el producto mediante un proceso participativo del cual se obtendrá el producto a ofertar, que incluya una descripción cualitativa para su posterior socialización y validación de los resultados y así obtener las conclusiones de los involucrados en este estudio.

1.9. Marco Conceptual

Abstract.- Traducción de “resumen” al idioma inglés.

Aristas.- “Dificultades o problemas que presenta algo. Borde conflicto sugerido por algún tema” (Diccionario Manual de la Lengua Española Vox, 2007).

Favela.- “Es la área predominantemente habitacional, caracterizada por ocupación de la tierra por población de bajos ingresos, precariedad de la infraestructura urbana y de servicios públicos, vías estrechas y de alineación irregular, lotes de forma y tamaño irregular y construcciones no licenciadas, no acordes con los patrones legales” (Favelas de Río de Janeiro, 2009).

Fenómeno del Niño.- “Es un fenómeno climático cíclico que provoca estragos a nivel mundial, siendo las más afectadas América del Sur y las zonas entre Indonesia y Australia, provocando con ello el calentamiento de las aguas sud Americanas” (Fenómeno El Niño).

Gastronomía.- “Arte de preparar una buena comida”. “Conjunto de conocimientos y actividades relacionados con las técnicas de cocina” (Diccionario Manual de la Lengua Española Vox, 2007) y (K Dictionaries Ltd., 2013).

In situ.- “Es una expresión latina que significa «en el sitio» o «en el lugar»” (Enciclopedia electrónica Wikipedia, 2007)

Invasiones.- Es el movimiento de invasión de tierras pertenecientes a otros, ya sean de propiedad privada o pública. Son los asentamientos poblacionales dentro de territorios ajenos con el afán de apropiarse de la propiedad o posesión de los mismos.

Modelo de gestión.- Un sistema o modelo de gestión, es un conjunto de acciones orientadas al logro de los objetivos planteados; a través del cumplimiento y la óptima aplicación del proceso administrativo de acuerdo al área de aplicación.

Propuesta de intervención.- Un proyecto o propuesta de intervención, “es un plan, acción o propuesta, creativa y sistemática, ideada a partir de una necesidad, a fin de satisfacer dicha carencia, problemática o falta de funcionalidad para obtener mejores resultados en determinada actividad” (Torres Martínez, 2011).

“Se entiende que... consiste en un conjunto de acciones sistemáticas, planificadas, basadas en necesidades identificadas y orientada a unas metas, como respuesta a esas necesidades, con una teoría que lo sustente” (Dr. Rodríguez Espinar, 1990).

Zona Urbano-popular.- Se refiere a los movimientos poblacionales de niveles socioeconómicos bajos, provenientes de las zonas rurales hacia zonas o asentamientos de tierra dentro del casco urbano.

1.10. Opinión o concepto público

Para muchos ecuatorianos es molesto que sus propios compatriotas prefieran visitar atractivos turísticos extranjeros antes que conocer su propio país, y este sentir está incrementando con el paso del tiempo, exponiéndose en programas de entretenimiento nacional, sitios de Internet, y más popularmente en redes sociales. Con lemas como “Prefiere a tu País” o “ama a tu tierra, conócela” se esperan llegar a la mente de todo ecuatoriano para de esta manera obtener un cambio en la ideología general, aumentando el turismo nacional consiguiendo que esos fondos dedicados al turismo se queden dentro del país (López, 2010).

En el aspecto internacional el gobierno y las instancias competentes se encuentran promoviendo al Ecuador por medio del proyecto ALL YOU NEED IS ECUADOR que básicamente se trata de promocionar el hecho de que en el país se tienen todos los estados naturales en un solo territorio, con lo cual podrán pasar de estar, en pocas horas, de las montañas de la sierra nevada a disfrutar de las costas del pacifico sur, catalogadas como unas de las mejores playas del mundo, donde una temporada al año se puede disfrutar del apareamiento de las ballenas jorobadas, el avistamiento de aves en las islas; hasta tomar un avión y en corto tiempo estar en las paradisíacas Islas Galápagos donde se puede observar fauna y floras únicas en el mundo. Teniendo otra opción en visitar el oriente ecuatoriano donde abunda la biodiversidad más rica del planeta.

CAPÍTULO II: HISTORIA DEL TURISMO

2.1. El turismo, generalidades

Como indica la Organización Mundial del Turismo OMT citada por Christian Yuvi en su tesis de ingeniería, “el turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos” (Yuvi Mendoza, 2008).

El turismo en el mundo nace en el siglo XIX tras la revolución industrial creándose la primera agencia de viajes en 1851, aunque se vieron algunos casos en periodos anteriores no se consolidan los viajes de ocio como tal hasta después de esta época. Aunque en el Ecuador no se cimenta hasta años después.

2.2. El turismo en Ecuador

2.2.1. Atractivos turísticos más importantes de Ecuador.

Ecuador es un país multi-diverso, con una gran variedad de opciones turísticas para todos los gustos. Partiendo del hecho que es un país multi-cultural y multi-etnico, brinda una gran gama de oportunidades para el turismo, afianzado con su privilegiado clima que lo hace único con sus cuatro regiones muy marcadas cada una con sus propias características que las difieren de las demás. El turismo en el Ecuador representa el 4.2 % del total del PIB, siendo 680 millones de dólares al año (Turismo en el Ecuador, 2013), rubro que cada año toma mayor importancia gracias a la tendencia hacia dejar de depender del petróleo y sus derivados que representan cerca del 80% del presupuesto general del estado, y que al ser un recurso no renovable que se está

acabando en los puntos de extracción dentro del territorio nacional es necesario afianzar nuevas fuentes de ingresos como lo son las nuevas oportunidades turísticas que se dan día tras día (Turismo en el Ecuador, 2013).

Muchos de los atractivos turísticos ecuatorianos ya poseen un reconocimiento mundial, apareciendo en revistas y documentales que han circulado a nivel internacional; más aún en los últimos años con el empleo del Internet y las redes sociales. Actualmente los turistas pueden encontrar en la red páginas especializadas en resumir y mostrar los atractivos turísticos más reconocidos a nivel internacional, mostrando en muchas de ellas los atractivos por medio de fotografías (Turismo en fotos, 2014) o reseñas de viajes.

Tabla 2 Atractivos turísticos ecuatorianos más buscados en Internet, según investigación realizada en el 2014

1	Islas Galápagos: Puerto Baquerizo Moreno-Isla San Cristóbal	15	Teleférico al volcán Pichincha-Quito
2	Islas Galápagos: Isla Isabela	16	Ruinas de Ingapirca
3	Montañita	17	Mompiche
4	Playa Los Frailes	18	Parque Nacional Machalilla
5	Baños de Agua Santa	19	Reserva ecológica Capahui
6	Ambato	20	Ruta a los volcanes
7	Mitad del Mundo-Quito	21	El Panecillo-Quito
8	Centro Histórico de Cuenca	22	Manta
9	Parque Nacional El Cajas	23	Puerto Cayo
10	Atacames-Esmeraldas	24	Cerro Santa Ana-Guayaquil

11	Ayampe	25	Malecón 2000-Guayaquil
12	Playas de Misagwayi	26	Parque Nacional Cuyabeno
13	Isla de la Plata	27	Parque Nacional Yasuní
14	Cascada Pailón del Diablo		

Elaboración: Autor del proyecto. Fuente: (Turismo en fotos, 2014) .

La numeración de los atractivos turísticos, no corresponde al orden de prioridad o de mayor incidencia de búsqueda en el medio electrónico; únicamente es para efecto de unificación de la tabla.

A continuación se describen brevemente los principales atractivos turísticos del Ecuador y que se han tomado de la lista anterior:

Islas Galápagos. “Son consideradas como el último paraíso escondido del planeta”. Conocidas como las islas encantadas, o las islas de Charles Darwin ya que en ellas se inspiró para escribir su tan afamada teoría de la evolución. El archipiélago se encuentra formado por un grupo de islas volcánicas, con características muy particulares cada una distinguiéndose así una de la otra. Posee una fauna muy variada, con comportamientos diferentes a otros sitios del planeta. “Estos animales no sienten ningún temor por los visitantes al contrario sienten curiosidad y son ellos quienes a pesar de ser salvajes, se acercan al visitante y ofrecen excelentes oportunidades de fotografiarlos y estudiarlos" (López, 2010).

Dentro de las opciones que estas islas brindan a los turistas se encuentran, volcanes activos, cráteres y campos de lava (comparados con los paisajes lunares), así como se puede ver la evolución de las especies en su forma más clara. Una de las especies más reconocidas dentro

de su gran diversidad de fauna, son las tortugas gigantes o Galápagos, que vieron su incremento del interés mundial gracias al “Solitario George” el último espécimen de su especie que vio su extinción a causa de las actividades de casa del ser humano.



Ilustración 1 Galápagos, Puerto Baquerizo Moreno-Isla San Cristóbal

Fuente: Imágenes de Google



Ilustración 2 Galápagos, Isla Isabela

Fuente: Imágenes de Google

Montañita. Es una comuna ubicada en la región costa, en la provincia de Santa Elena y por donde pasa la carretera de la Ruta de la Spondylus. Para muchos es una playa mágica desde

hace décadas, y adquiere año a año mayor popularidad entre el público joven, tanto nacional como extranjero. Conocida como una playa con olas para practicar deportes como el surf, se cataloga como un sitio que nunca duerme gracias a la vida bohemia que en ella se práctica. En la actualidad la playa de Montañita recibe turistas de todo el mundo.

Montañita se hizo conocida muy lentamente como una playa únicamente para correr Tabla Hawaiana, con sólo un par de rústicas casas de pescadores nativos de la zona y algún tablista en carpa. Luego con el tiempo... comenzó a levantarse con casas de veraneo, pequeños hoteles y restaurantes rústicos, creado por guayaquileños y algunos extranjeros que se enamoraron de este lugar y quisieron establecerse ahí, desde surfers a personas que gustaban del trópico, el mar, el agua tibia y la paz de Montañita (López, 2010).



Ilustración 3 Montañita

Fuente: Imágenes de Google

Playa Los Frailes. “Es una playa curva, en forma de ensenada, con horizonte completamente despejado. Esta pequeña playa de aguas cristalinas ofrece curiosas formaciones

rocosas, además de una pequeña travesía previa por un bosque seco. Existe un mirador donde se puede apreciar el esplendor de la zona y el Islote Sucre” (López, 2010).



Ilustración 4 Los Frailes

Fuente: Imágenes de Google.

Parque Nacional Cajas. Es una de las reservas naturales más del Ecuador, con una extensión de casi 30 mil hectáreas de bosques naturales, donde se asientan más de 230 lagunas de diversos tamaños. Esta reserva posee escenas de carácter inolvidables, con su gran diversidad de lagunas, portadas, miradores, etc. que le ofrecen al turista una gran variedad de posibilidades para todos los gustos.

El Parque es un paraíso para los amantes de la pesca deportiva, que podrán encontrar en las lagunas gran cantidad de truchas, la especie piscícola más importante del Parque. En este maravilloso paraje de la naturaleza viven, además, gran cantidad de especies de aves,

algunas de ellas en peligro de extinción. Para observar el ave símbolo de nuestra nacionalidad, el cóndor, no existe mejor lugar que el Cajas (López, 2010).



Ilustración 5 Parque Nacional Cajas

Fuente: Imágenes de Google

Adicionalmente los gobiernos municipales en conjunto con el gobierno general del Ecuador se encuentran promoviendo e incentivando propuestas turísticas en forma de rutas sectorizadas en diversas temáticas como lo es: Ruta del Azúcar, Ruta del Arroz, Ruta del Cacao, Ruta de la Fe, Ruta del Pescador, y la Ruta de la Aventura (Rutas Turísticas).

2.2.2. Evolución del turismo en el país.

A nivel mundial se inicia a hablar del boom turístico entre los años 1950 y 1973 años después de la segunda guerra mundial y tras el inicio de la producción a escala de los autos y de los aviones. Para estos años se inician las legislaciones sobre este sector en varios países a nivel

mundial, y crece el sentimiento en las personas de escapar del estrés y presiones de la vida cotidiana.

Ecuador es un país con una rica biodiversidad a nivel del planeta, además de ser multiétnico y pluri-cultural, lo cual le brinda muchas posibilidades en el plano turístico. Esto ha sido tomado en consideración por muchos de los mandatarios que han estado al frente del país desde hace décadas, pero es desde el gobierno de Sixto Durán Ballén que se mantiene una figura pública dedicada al desarrollo de este tema, creándose el 10 de agosto de 1992 el Ministerio de información y Turismo el mismo que para junio de 1994 se separó de la sección informativa pasando a dedicarse exclusivamente a impulsar y fortalecer el turismo (Turismo en Ecuador, 2011).

Durante las últimas décadas el turismo ha presentado un evidente crecimiento, pasando a ser una fuente de desarrollo económico dentro de muchos países y Ecuador es uno de ellos, mostrando un claro interés en este sector económico como medio de impulso para formar parte de la globalización. En este aspecto desde los años 90's el sector turístico empezó a pensar en el ambiente y en cómo sus actividades repercutían en él, iniciando campañas para incrementar el interés al respecto, generando a su vez que los turistas sean cada vez más observadores, más críticos al momento de escoger la oferta turística que más les convenga y que mayor satisfacción les brinde.

En los últimos años el turismo tanto en Ecuador como en muchos países alrededor del mundo se ha convertido en una actividad de suma importancia, esto gracias a que las actividades

y costumbres del ser humano están cambiando, dado que la tecnología y demás avances científicos le permiten a las personas disponer de mayor tiempo libre y en muchos casos le permite el incremento de sus ingresos los cuales destinan a actividades de esparcimiento que los aleje de lo cotidiano de sus vidas así como el estrés que el día a día les provoca. Esta tendencia se puede observar principalmente en los países denominados del primer mundo, los cuales se transforman en una demanda en constante crecimiento destinado a los países en vías de desarrollo como Ecuador, provocando que el sector turístico se actualice y se mantenga a la vanguardia brindando cada vez más opciones que se adapten a los diversos grupos de turistas que buscan estos países como su sitio de destino. En este sentido la mayor cantidad de países en vías de desarrollo se encuentran en plena competencia, buscando captar la mayor parte de esta demanda y dándole mayor prioridad al turismo de lo que le brindaban en años anteriores.

Es importante mencionar que esta creciente demanda por atractivos turísticos no se centra en grupos de élite o que pertenezcan a niveles socioeconómicos elevados como se podía observar con mayor frecuencia años atrás, el turismo ahora es tendencia global y atrae a todos los grupos de personas que poseen la mínima posición económica que le permita invertir su tiempo libre en actividades turísticas ya sea dentro o fuera de sus propios países, buscando principalmente actividades que produzcan satisfacción, sirvan como desestresante de su vida diaria, y les brinde una recompensa de algún tipo ya sea de conocimiento, emocional o física.

En la actualidad se está incitando cada día más al turismo ecológico o eco-turismo en gran parte debido al interés global que se vive acerca de la conservación del ambiente en el planeta. Más este tipo de turismo plantea ciertos inconvenientes o aspectos negativos a los que

hay que prestar atención como lo es la potencial degradación ambiental, la exposición de la flora y a fauna a posibles depredadores o traficantes ilegales, los cambios socioculturales que se pueden vivir, entre otros. Sin embargo son muchos los beneficios que se obtienen como la generación de fondos que se pueden emplear en la conservación del ambiente, generación o fuentes de empleos, mayor educación ambiental, una mayor conciencia conservacionistas de lo natural.

Para contrarrestar esta dualidad, es necesario un proceso de planificación para mitigar los impactos negativos generados por el turismo, incluyendo zonificación y la aplicación de metodologías de minimización de impactos que incluyen Límites de Cambio Aceptable (LAC), Espectro de Oportunidades de Recreación (ROS) o Manejo de Impacto de Visitantes (VIP) entre otras, así como auditorías ambientales, educación ambiental y códigos de conducta (Turismo en el Ecuador, 2013).

La falta de una adecuada planificación en el turismo ha generado diversos problemas y se ha convertido en un constante deteriorador del medio ambiente, natural y social:

No solo ha transformado el aspecto físico de las zonas turísticas, sino que ha generado graves trastornos ecológicos: destrucción de ecosistemas, disminución de la cantidad y calidad del agua, empobrecimiento y contaminación de los suelos, extinción de múltiples especies de la fauna, afectación severa de la flora, depredación pesquera y contaminación de mar, así como desintegrador de actividades económicas tradicionales, aculturación, migración, fenómenos de crecimiento poblacional y urbano desordenado, falta de servicios públicos, entre otros (Turismo en la Actualidad, 2013).

A este respecto a nivel de toda Latinoamérica se ha expandido rápidamente los modelos de ecoturismo, primando dentro de ellos los de ecoturismo comunitario, entre los primeros que se dieron en ese aspecto están Capirona en la provincia de Napo¹ y Cofan Zábalo en la provincia de Sucumbíos².

En los países de América Latina, existe tanto por parte del sector público como privado, una gran orientación hacia la industria del turismo, teniendo en cuenta la valiosa riqueza natural y cultural que en ellos está presente. Ecuador al ser uno de los 17 países más megadiversos del mundo no es la excepción (Yuvi Mendoza, 2008)

Para impulsar estos programas de ecoturismo se han creado diversas Organizaciones en todos los países latinoamericanos, dentro de Ecuador se tiene la asociación de empresas privadas llamada ‘Kapawi Ecolodge and Reserve’, mientras en Perú está ‘Posada Amazonas’. Con estas asociaciones se abren oportunidades tanto para inversionistas privados como para las comunas indígenas de los países o regiones donde se encuentran presentes.

¹ Es un programa de ecoturismo, realizado y controlado independientemente por una comunidad indígena. “Capirona es una aldea de 24 familias de indios quechuas que habitan en la selva pluvial de la provincia de Napo. La comunidad decidió colectivamente en 1991 iniciar un programa de ecoturismo en pequeña escala. Los visitantes expedicionan con el guía de Capirona mientras un guía explica al visitante el uso tradicional de las plantas” (Colvin,).

² La comunidad indígena Cofán Zabalo conformada por un grupo de familias ubicada en el oriente ecuatoriano en la provincia Sucumbíos, “se ha dedicado al desarrollo de nuevas estrategias para la conservación de los bosques, la protección de la tortuga, y la limpieza de sus ríos. Velar por la protección de 70.000 hectáreas en la Amazonía”. Iniciaron los planes de ecoturismo en 1978 (Ecotours en la Selva Amazónica con los cofanes).

2.3. El turismo en Guayaquil

2.3.1. Atractivos turísticos de Guayaquil.

La ciudad de Guayaquil también conocida como la perla del Pacífico, posee varios atractivos turísticos de gran atractivo tanto para turistas nacionales como extranjeros, y muchos de ellos se encuentran en las páginas web de turismo a nivel mundial, como ya fueron mencionados algunos de ellos en párrafos anteriores. Entre los principales atractivos se tiene:

El Malecón 2000. “Este importante parque urbano le devuelve a la ciudad su relación perdida con el Río Guayas y se constituye en el precursor del proceso de regeneración urbana del centro” (Malecón 2000: Ubicación).

El malecón en sus inicios era conocido como el Malecón Simón Bolívar dado que se encuentra junto al río Guayas, “abarca 2 kilómetros y medio, desde la calle Cuenca al sur, hasta el Barrio las Peñas al norte” (El Malecón de Guayaquil – Ecuador, 2013). Tras la conformación de la Fundación Malecón 2000 se realiza la reconstrucción del antiguo malecón en 1997 inaugurándose en 1999. En todo el lago de la explanada que conforma el malecón se pueden encontrar diversos atractivos para el goce y disfrute de los turistas y habitantes propios de Guayaquil, estos atractivos van desde juegos infantiles, áreas de descanso, de ejercicio, restaurantes y un patio de comidas, de igual manera hay un bar para el esparcimiento de aquellos que necesiten olvidarse del estrés por un momento.

Adicionalmente hay varios monumentos de alto reconocimiento donde los turistas suelen fotografiarse para llevar un recuerdo propio de que estuvieron en el Malecón, como lo son el hemiciclo de la rotonda con el monumento a la entrevista que tuvieron los libertadores Bolívar y San Martín, la plaza del vagón donde se encuentra un vagón de los ferrocarriles ecuatorianos el cual se encuentra como exposición para los visitantes del malecón, entre otras como fuentes de agua, plantas nativas, piscinas con peces para alimentar y un jardín japonés. Es importante mencionar que el Malecón es considerado modelo a nivel mundial, además fue “declarado 'espacio público saludable' por la Organización Panamericana de la Salud/Organización Mundial de la Salud [OPS/OMS]” (Malecón 2000).



Ilustración 6 El Malecón 2000

Fuente: Imágenes de Google.

Cerro Santa Ana junto al Barrio Las Peñas. El Cerro Santa Ana es el sitio de origen de la ciudad dado que en sus faldas se dio la fundación definitiva en 1547. Primeramente se llamaba Cerrito Verde, sin embargo en honor a una Cruz con la leyenda “Santa Ana” en distinción a la Santa madre de María y abuela de Jesús de Nazaret, colocada en su cumbre por el español buscador de tesoros Nino de Lecumberri, se definió su nombre como Cerro Santa Ana.

Desde la cima del Cerro se observa “al norte, la imponente intersección de los ríos Babahoyo y Daule que forman al Guayas; al sur, el casco comercial de la ciudad; al este, la Isla Santay y Durán; y, al oeste el Cerro del Carmen y el resto de la ciudad” (Guayaquil Ecuador, Barrio Las Peñas).



Ilustración 7 Cerro Santa Ana

Fuente: Imágenes de Google.

Junto al Cerro se encuentra el Barrio Las Peñas uno de los barrios más antiguos y emblemáticos de la ciudad, actualmente es Patrimonio Cultural tras su declaración en 1982. Sus casas tienen cerca de 100 años de construcción y poseen un estilo colonial y una arquitectura proveniente de los siglos XVIII y XIX.

“El barrio Las Peñas es uno de los pocos legados históricos que posee la ciudad, su estrecha calle, sus casas junto al río que poseen dos frentes lo convierten en un llamativo destino de visita turística” (Guayaquil Ecuador, Barrio Las Peñas). El Barrio consiste en una calle larga de forma ascendente en el costado del Cerro con 465 escalones que conducen a la cumbre del Cerro donde se encuentran el antiguo faro de la ciudad así como una capilla en honor a Santa

Ana y un mirador asentado en los cimientos de una fortaleza del siglo XVII, con vista al Río y la ciudad donde se puede apreciar una vista impresionante. A lo largo de la calle hay viviendas en las que habitaron personajes importantes en la historia de la ciudad y del país, actualmente tras la regeneración que vivió se puede encontrar restaurantes, cafés, bares, galerías de arte, tiendas, y algunas residencias que continúan habitadas por los descendientes de las familias originarias del Barrio. Junto al Barrio y en todo el ancho del Cerro se encuentran viviendas reconstruidas en la regeneración urbana pintadas en colores brillantes y contrastantes, creando un maravilloso efecto a lo largo de todo el Cerro.



Ilustración 8 Barrio Las Peñas

Fuente: Imágenes de Google.

Parque Histórico Guayaquil. Es un parque temático de 8 hectáreas en total “que se enfoca en exponer la historia de la antigua Provincia de Guayaquil”, y forma parte de un programa cultural, medioambiental, educativo, recreativo y turístico, es decir es un museo del estilo de vivienda, tradiciones y costumbres del Guayaquil antiguo, donde se expone la historia de la región y la riqueza natural que en ella existe. También cuenta con un programa de rescate y

conservación de la naturaleza, todo a cargo de la administración de la Empresa Pública de Parques Urbanos y Espacios Públicos desde mayo de 2012.



Ilustración 9 Parque Histórico de Guayaquil, sección arquitectónica

Fuente: Autor del proyecto.

El territorio se encuentra dividido en tres zonas: “la Zona de Vida Silvestre, Zona de Tradiciones y Zona Urbano Arquitectónica”. La Zona de Vida Silvestre consta de un sendero con paradas temáticas donde se puede apreciar la gran variedad de especies de flora y fauna que tiene la región, cuidando y protegiendo algunas en particular por encontrarse en peligro de extinción. Dentro de esta zona se han recreado los cuatro ecosistemas que caracterizan la región como lo es el Bosque Seco Tropical, el Bosque de Manglar, el Bosque de Llanura Inundable y el Bosque de Garúa.

Hay una colección de más de 97 especies de plantas epífitas, nativas y endémicas de la provincia de Guayaquil, como orquídeas, bromelias, cactus, aráceos y helechos, que se pueden observar a lo largo del sendero, y 56 especies entre aves, mamíferos, anfibios, reptiles y peces, que encuentran su hábitat en este pedazo de bosque (Parque Histórico Guayaquil, 2013).

La zona de tradiciones revela la vida de la zona agraria de la costa de fines del siglo XIX y comienzos del XX, mostrando las costumbres del montubio, centrándose en la explotación agrícola y ganadera de la zona, mostrando también como fue la época de bonanza en la época cacaotera conocida como “La Pepa de Oro”.

En la zona urbano arquitectónica se encuentran edificaciones de inicio del siglo XX que fueron desarmadas en los años 80 para luego ser trasladadas para su rescate en el parque, “donde conjuntamente con el Malecón 1900, la Estación Fluvial, el alumbrado público, el carro urbano y personajes vestidos a la usanza de la época, se recrea la ciudad de Guayaquil del siglo XIX y comienzos del XX” (Parque Histórico Guayaquil, 2013). Entre las edificaciones que fueron trasladadas al parque están: la Casa Julián Coronel, con el Café 1900; el Banco Territorial, la Casa Lavayen Paredes (casa Verde) y el Hospicio Corazón de Jesús, con su capilla.



Ilustración 10 Parque Histórico de Guayaquil, antiguo tranvía urbano

Fuente: Autor del proyecto.

Malecón del Salado. Construido en el 2009 forma parte de la regeneración urbana de la ciudad, este proyecto turístico va desde la Facultad de Educación Física de la Universidad de Guayaquil (conocido también como el Malecón Universitario) hasta el Puente del Velero, teniendo en frente al parque lineal, y junto al Estero Salado de donde lleva su nombre. Actualmente se puede encontrar también una gran fuente de juegos de agua y luces multicolores, y las principales atracciones turísticas que posee son:

- Sector 1: Bloques Norte y Sur
- Sector 2: Plaza Rodolfo Baquerizo
- Sector 3: Parque de la Ferroviaria
- Sector 4: Malecón Vicente Rocafuerte
- Sector 4 A: Paseo de los Escritores, Plaza de la Salud, El Muelle de los Mariscos y Áreas Verdes
- Sector 4 B: Malecón de la Ferroviaria
- Puentes: Puente 5 de Junio, Paso Peatonal y Puente del Velero

(Malecón del Salado, 2006).



Ilustración 11 Malecón del Salado, puente del velero

Fuente: (Malecón del Salado, 2006).

Zoológico El Pantanal. La necesidad del sitio nace tras finales de los 80 donde inició la recolección de animales que necesitaban ayuda como, “aves heridas sin posibilidad de ser devueltas a su hábitat natural, mascotas silvestres abandonadas por sus propietarios y principalmente animales de otros zoológicos que cerraron sus puertas” (Historia, 2013). Posteriormente se constituyó en un Centro de Rescate de Vida Silvestre, avalado en un inicio por el INEFAN institución regulatoria de la época, y actualmente por el Ministerio del Ambiente. Con el paso de los años aumentó su número de ejemplares debido a los decomisos de la Policía Nacional o Policía Medio Ambiental, naciendo entonces la necesidad de encontrar una forma de financiar su alimentación, mantenimiento y estadía, dando inicio así al proyecto del “zoológico” el mismo que abrió sus puertas al público el 25 de Julio del 2002. El zoológico cuenta con gran parte de la Flora y Fauna nativa del Ecuador.



Ilustración 12 Zoológico El Pantanal

Fuente: Imágenes de Google.

Entre los servicios que brinda se encuentran una tienda de souvenirs, un bar y estacionamiento privado, además ofrece la posibilidad de separar paquetes para grupos estudiantiles.

Bosque Protector Cerro Blanco. Es una reserva privada de 6.078 hectáreas conformada por un bosque seco tropical típico de la costa ecuatoriana, situado en uno de los extremos de la Cordillera Chongón Colonche. Su objetivo es proteger y rehabilitar una muestra de la región, avivando la comprensión, apreciación y disfrute dentro del público, incitando a la preservación del ecosistema para el goce de las futuras generaciones al igual que las presentes.

El bosque cuenta con cuatro facetas o programas como lo son: programa de manejo, de investigación, vivero forestal y voluntariado. La entidad que lo administra que es La Fundación Pro-Bosque creada el 9 de Noviembre de 1992. La Fundación Pro-Bosque se enfatiza en programas “de reforestación, agroforestería, investigación, educación ambiental y ecoturismo, con el fin de apoyar a la conservación de biodiversidad del bosque seco tropical... a través de la capacidad de gestión de sus miembros y de la cooperación interinstitucional” (Fundación Pro-Bosque, 2013). Entre los servicios que brinda el Bosque Protector se encuentra: senderos naturales, avistamiento de aves, vivero forestal, educación ambiental, área de meditación, programas especiales para escuelas y empresas.

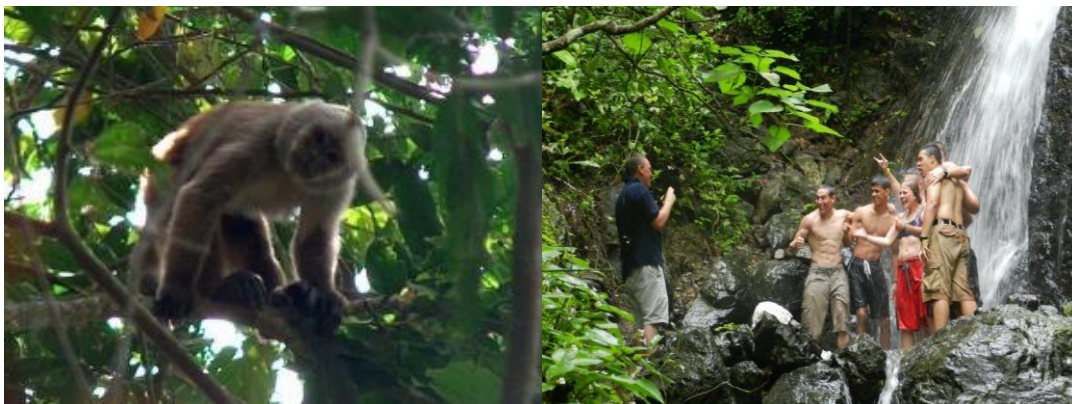


Ilustración 13 Bosque Protector Cerro Blanco

Fuente: Imágenes de Google.

2.3.2. Evolución del turismo en la ciudad.

La historia del turismo en Guayaquil se ha desarrollado de manera muy diversa, siendo que para los siglos XVII y XVIII los principales atractivos eran considerados los astilleros, los templos, calles y puentes³. Ya para el siglo XIX se crean nuevos atractivos como el Balneario del Salado, el Jardín de Versalles, el Teatro y el Hipódromo. Haciendo un breve compendio de los atractivos de estos siglos incluido el siglo XX se tiene:

Tabla 3 Iglesias tradicionales de Guayaquil, sus años de creación y ubicación

	Nombre	Año	Ubicación
1	Santo Domingo	1538	Rocafuerte y Julián Coronel
2	El Sagrario	1539 - 1925	Chimborazo entre 10 de Agosto y Clemente Ballén
3	San Francisco de Asís	1603	Pedro Carbo y 9 de Octubre
4	La Concepción	1645	no existe
5	San Alejo	1786	Eloy Alfaro 302 y Luzárraga
6	La Merced	1786	Victor Manuel Rendón y Pedro Carbo
7	San José	1841	Eloy Alfaro 503 y Manabí
8	Nuestra Sra. Del Carmen, La Victoria	1888	Av. Quito
9	San Agustín	1896	Luis Urdaneta y Pedro Moncayo
10	Sagrado Corazón de Jesús	1909	Chimborazo, entre Portete y Gral Gómez
11	Catedral De Guayaquil	1924	Chimborazo, entre 10 de Agosto y Clemente Ballén

Fuente: (Estrella Silva & Guadamud Montenegro, 2002)

³ El templo de la concepción, la calle de la orilla, el puente de las 200 luces.

Tabla 4 Monumentos y Parques

	MONUMENTO	AÑO	UBICACIÓN
1	Vicente Rocafuerte	1880	Parque San Francisco
2	Simón Bolívar	1889	Parque Seminario
3	José Joaquín De Olmedo	1892	Av. Olmedo y Malecón
4	Pedro Carbo	1909	Plaza Pedro Carbo
5	Antonio José De Sucre	1911	Parque Sucre (calle Pichincha y Malecón)
6	Columna De Los Próceres de la Independencia	1918	Plaza Del Centenario (1920)
7	Fauno y la Bacante	1918	Malecón 2000
8	Sebastián de Benalcázar	1922	Calles Gral. Gómez, Portete, Chile y Chimborazo
9	Francisco de Orellana	1923	Plaza Colón
10	Guayas y Quil	1927	Pedro Menéndez Gilbert
11	Jabalí	1931	Malecón 2000
12	La Rotonda	1938	Malecón 2000
13	Aviadores Caídos	1947	Av. De Las Américas (Frente Aeropuerto)
14	Eloy Alfaro	1961	Av. De Las Américas y Kennedy
15	A la Patria	1970	Parque Forestal (Av. Quito)
16	Corazón De Jesús	1970	Cerro Del Carmen
17	Malecón de Guayaquil, Calle de la Orilla		
18	Cementerio General	1822	

Fuente: (Estrella Silva & Guadamud Montenegro, 2002)

El turismo dentro de la ciudad ha aumentado poco a poco de forma paulatina a través de los años hacia conformarse en una de las ciudades más turísticas del país, y actualmente desempeña un rol cada vez más importante como destino turístico, atrayendo cada día más al público extranjero.

2.4. El turismo en Brasil (Ejemplo práctico)

2.4.1. Las Favelas de Río de Janeiro.

Los asentamientos marginales de Río de Janeiro se llaman Favelas, grupos habitacionales irregulares caracterizados por construcciones improvisadas, en un inicio en muy mal estado, y

calle, callejones y peatonales estrechos que propiciaban la insalubridad y el desorden. Muchas de las favelas están ubicadas en plena zona turística de la ciudad. Río de Janeiro posee grandes cerros o como los denominan Brasil ‘morros’, al igual que grandes porciones de vegetación mezcladas con grandes edificaciones, lo cual dificulta el mantener una marcada diferenciación geográfica dentro de la ciudad. “Existe un gran número de favelas en barrios de clase media y alta, y no es extraño que algunas casas humildes en los morros queden ubicadas a pocos metros de suntuosas propiedades” (Favelas de Río de Janeiro, 2009). Dicha situación mantenía en plena alerta a las autoridades policiales, principalmente en los barrios adyacentes a las favelas de mayor peligrosidad.

Para que un asentamiento sea denominado ‘favela’ debe poseer ya sea total o parcialmente las siguientes características:

- Más de cincuenta casas.
- Tipo de vivienda: aglomeraciones donde predominan las casas de aspecto rústico o barrocos.
- Condición jurídica de ocupación: terrenos de terceros o de desconocidos con construcciones sin licencia y sin fiscalización.
- Servicios públicos imprescindibles: ausencia parcial o total de red sanitaria, energía eléctrica, teléfono y agua corriente.
- Urbanización: falta de calles, casas sin matrículas y, por lo tanto, sin dirección

(Favelas de Río de Janeiro, 2009)

Históricamente las favelas se han caracterizado por ser sitios de extremo peligro, donde se encontraban no solo las personas más humildes o con niveles socioeconómicos muy bajos, sino también muchos delincuentes, maleantes y narcotraficantes, que manejaban sus oscuros negocios desde las ‘entrañas mismas de los barrios’ si se podría decir de algún modo. Debido al crecimiento poblacional de la ciudad, también el crecimiento de la población asentada en las favelas crecía de manera alarmante hasta cierto punto, llegando en ciertos casos a más del 40% de crecimiento en periodos de cinco años.

Tabla 5 Favelas más grandes de Río de Janeiro

Favela	Zona de la ciudad	km² de favela	crecimiento 1999/2004
Fazenda Coqueiro	Oeste	1,09 km ²	0,02 km ²
Nova Cidade	Oeste	0,93 km ²	0,01 km ²
Rocinha	Sur	0,86 km ²	0,01 km ²
Morro do Alemão	Norte	0,55 km ²	-0,01 km ²
Rio das Pedras	Oeste	0,53 km ²	-0,01 km ²
Rio Piraquê	Oeste	0,41 km ²	0,18 km ²
Favela da Antiga Fazenda Botafogo	Norte	0,47 km ²	0,01 km ²
Vila do Vintém	Oeste	0,47 km ²	0,00 km ²

Fuente: (Favelas de Río de Janeiro, 2009).

Entre las favelas más conocidas se encuentran Rocinha, Pavão-Pavãozinho, Vidigal y Dona Marta al sur de la ciudad, y Cidade de Deus al oeste la cual inspiró una película que ha cruzado fronteras ‘Ciudad de Dios’. Otra favela muy reconocida es Santa Marta ya que en esta se grabó el video de la canción ‘They don’t care about us’ del cantante estadounidense Michael Jackson en 1996, debido a este hecho y al reconocimiento que tuvo el barrio, los habitantes construyeron una plaza con su escultura.



Ilustración 14 Favela Santa Marta, estatua de Michael Jackson

Fuente: Imágenes de Google

En la actualidad las favelas se encuentran nivelándose en cuanto a sus condiciones generales comparadas con el resto de los barrios, siendo que ya se encuentran legalizados los servicios de agua y luz, al igual que se ha iniciado programas de reciclaje de residuos, y se instaló un funicular el cual conecta la parte baja y la alta, evitándoles así a los turistas el sin número de escalones que estas poseen.



Ilustración 15 Favela Rocinha, antes y actualmente

Fuente: Imágenes de Google



Ilustración 16 Favela Santa Marta en la actualidad

Fuente: Imágenes de Google

2.4.2. Proyecto turístico en Favelas “Rio Top Tour”.

En el 2008 inició el proceso de pacificación de las favelas de Río, con lo cual se inició de igual manera la apertura de sus puertas a los turistas que en un inicio eran bastante esporádicas. En el 2010 el entonces presidente brasileño Luiz Inácio Lula da Silva puso en marcha el «Rio Top Tour» el cual es un proyecto con el que los jóvenes de las favelas son quienes guían a los turistas por las empinadas calles de esos barrios tras una transformación física, social e ideológica en la que muestran lo rico de su cultura y no solo lo malo que antes se veía en estos barrios. Los siete jóvenes que guían los tures reciben cursos de idiomas y clases en la escuela de turismo financiados por el Gobierno.

Hasta el año pasado eran casi 30 las favelas «pacificadas», siendo para alivio de muchos que iniciaron con aquellas catalogadas más peligrosas. “La presencia de las Unidades de Policía Pacificadora (UPP) a la entrada indica que aquí ya no mandan los señores del narcotráfico”

(Turismo de favelas: inolvidable viaje a otro Río de Janeiro, 2013), son los comentarios de los miembros policiales así como de los habitantes de la comunidad.

La promotora de este tipo de turismo en esta zona fue la Sra. Mónica Rodríguez, quien desarrolló el programa colectivo para replicarse en la mayor cantidad de favelas posibles, todo con el aval y la petición del Gobierno Brasileiro. Con el eslogan «Río desde un nuevo punto de vista», la primera favela en la que se puso en marcha el proyecto fue la de Santa Marta, que se ubica por encima del barrio de Botafogo, en el sur de Río, justo debajo de la estatua del Cristo Redentor conocido también como el Corcovado.



Ilustración 17 Turistas en las favelas de Río de Janeiro

Fuente: (Turismo de favelas: inolvidable viaje a otro Río de Janeiro, 2013).

Al igual que el proyecto gubernamental, también las agencias turísticas ofrecen breves visitas a las favelas, sin embargo para muchos turistas no es lo mismo recorrer con un guía que simplemente ha leído acerca de la vida como se lleva en las favelas, a recorrer las calles junto con moradores provenientes de las favelas mismas, quienes han vivido el día a día, quienes saben lo real o lo falso de lo que se dice acerca de la vida dentro de la comuna.

2.4.3. Resultados obtenidos tras el proyecto “Rio Top Tour”.

Los resultados tras la implementación del proyecto turístico Rio Top Tour se están viviendo día a día. Desde su inicio en el 2010 hasta mediados del 2013 había visitado las favelas cerca de 60.000 personas, siendo unas 2.000 personas cada mes, más o menos (Turismo de favelas: inolvidable viaje a otro Río de Janeiro, 2013). Entre los atractivos turísticos que poseen las favelas se puede disfrutar de eventos culturales, la arquitectura presente, música, los mercados, y demás, cuyos participantes se benefician del proyecto ya que crearon o incrementaron su medio de ingresos económicos, brindándoles así una forma de mejorar su estilo de vida.

Sin embargo para muchos analistas la pacificación de las favelas puede tener un trasfondo muy distinto al propuesto públicamente, ya que muchas de ellas se encuentran en cerros cercanos al mar lo cual les brinda una vista privilegiada y que podría ser muy cotizada por parte de las clases sociales más privilegiadas del país. Tras la legalización de los servicios básicos sobrevino el alza de la vida dentro de las favelas, ya que ahora debían pagar por un servicio que antes poseían de manera ilegal, lo cual ha generado el fantasma de la especulación, siendo que varias familias han optado por vender sus propiedades a mejores postores y buscar nuevos sitios donde

su costo promedio de vida sea inferior al nuevo vivido tras la pacificación (Turismo de favelas: inolvidable viaje a otro Río de Janeiro, 2013).



Ilustración 18 Vista desde varias favelas

Fuente: Imágenes de Google

CAPÍTULO III: SITUACIÓN TURISTICA ACTUAL DE LA CIUDAD Y SELECCIÓN DE BARRIO PILOTO

3.1. Análisis de Guayaquil

3.1.1. Características Generales.

Guayaquil es una ciudad privilegiada, cuenta con un clima tropical que no permite que sufra de situaciones extremas en el clima, teniendo dos marcadas estaciones climáticas que responden a las corrientes del Niño y Humboldt que son las que determinan su clima cálido en la estación invernal y el clima más fresco en la estación de verano. Sin embargo aún en la época invernal el ambiente refresca gracias a corrientes de aire provenientes del río que refrescan su clima en estas épocas calurosas. Y es justamente este clima tan idóneo uno de los factores que atrae a los turistas extranjeros, los cuales sienten en Guayaquil una completa libertad sin restricciones de ningún tipo.

Dotada con gente amable que siempre se encuentran prestos ayudar al prójimo, más aún si se trata de un turista proveniente de otro país, el único empañamiento que vive es la situación delincuencia la cual se ha recrudecido en algunos puntos, sin embargo las entidades públicas han buscado los medios de mejorarla y afianzar la seguridad en los atractivos más turísticos de la ciudad, principalmente en las horas de mayor afluencia turística.

3.1.2. Oferta actual de turismo.

La oferta actual de turismo es muy variada y se la ha venido resumiendo a lo largo del presente documento, con lo cual se tiene que los principales atractivos turísticos actualmente son:

- El Malecón 2000
- El Cerro Santa Ana

- El Barrio Las Peñas
- El Parque Histórico Guayaquil
- El Malecón del Salado
- El Zoológico El Pantanal
- El Bosque Protector Cerro Blanco

3.1.3. Demanda actual de turismo.

Existe una demanda latente por nuevo turismo principalmente entre los turistas extranjeros, ya que muchos de ellos se enamoraron de la ciudad en su primera visita y vuelven a repetir la visita en cada oportunidad que tienen trayendo consigo a familiares y amigos, sin embargo después de un par de visitas se agotan de los mismos atractivos, a pesar de seguir prefiriendo el trato de los habitantes y demás aspectos positivos que les transmite la ciudad, es necesario brindarles nuevos atractivos para su disfrute y así continuar atrayendo más turistas de manera constante.

3.1.4. Organizaciones de apoyo al desarrollo turístico.

Dado que Guayaquil desde sus inicios ha sido una ciudad que atrae mucho el turismo, siempre ha existido alguna institución pública o gubernamental que vele por apoyar y promover nuevos proyectos turísticos, o renovar los existentes. Actualmente este ente es el Ministerio de Turismo quien regula, planifica, gestiona, promociona, difunde y controla toda actividad turística dentro del País.

3.2. Selección del barrio piloto

3.2.1. Barrios opcionados y sus características básicas.

Entre los principales barrios urbanos marginales de la ciudad y por ende los más opcionados a ser el barrio piloto, se tiene:

Bastión Popular

“Al igual que la mayoría de los asentamientos periféricos de Guayaquil, es producto de invasiones de tierras, liderada por traficantes de tierra que negocian con las necesidades de los sectores menos favorecidos, este asentamiento ocupó tierras privadas que formaba parte de la zona industrial del norte de la ciudad” (Serpa & Contreras, 2009).

Su población proviene de diversas zonas del país, desplazados por diversos motivos yendo estos desde escapar de las inclemencias climáticas de sus ciudades de origen, mejor calidad de vida y/o de educación, hasta por no contar con recursos económicos para ubicarse en mejores zonas de la ciudad. Esta diversidad poblacional ha conjugado las diferentes experiencias humanas y atributos propios de sus lugares de origen, creando un ambiente con capacidades y cualidades múltiples.



Ilustración 19 Bastión Popular

Fuente: Imágenes de Google

Cristo del Consuelo

El asentamiento de este barrio data de la década de los 40, bautizado con este nombre debido a la Iglesia Católica ubicada en el centro del sector que lleva el mismo nombre. Su éxodo poblacional empezó en los años 60 donde sus casas “se caracterizaban por ser de caña, ladrillos y de planta baja”, en esos años sus habitantes debían caminar más de 11 cuadras para recoger y aprovisionarse de agua potable, y 13 cuadras hasta Lizardo García para poder utilizar la única línea de buses que circulaba cerca.

Siempre fue un barrio muy trabajador y comercial, siendo que a él llegaban los pescadores por el estero Salado ofreciendo todo tipo de mariscos, madera y carbón; además que sus habitantes criaban dentro de sus viviendas chivos y chanchos para venderlos a las fondas, mientras que otros procesaban licor tradicional. En sus inicios se trataba de un barrio de gente pacífica, donde sus jóvenes se divertían sanamente pescando y bañándose como en un balneario

gracias a la presencia del brazo del mar que poseen; pero en la actualidad esta visión pacífica ha cambiado, llenándose el barrio por las drogas y la delincuencia.

(Arce, 2011)

Una de las características especiales que posee este barrio y una de las razones por las que más se lo conoce es debido a la Tradicional Procesión del Cristo del Consuelo que se realiza cada año, a la cual acuden cerca de 400.000 feligreses Católicos, “convirtiéndose en la más importante de la ciudad”. (M.I. Municipalidad de Guayaquil, 2013).



Ilustración 20 Cristo del Consuelo

Fuente: Imágenes de Google

Nigeria

El Barrio Nigeria forma parte del sector de la Isla Trinitaria, al igual que los otros barrios analizados sus inicios se dieron como invasión sin embargo en la actualidad los predios son comercializados por sus dueños con mayor facilidad y sin inconvenientes legales más allá de los trámites del traslado de la posesión. Es quizás uno de los barrios más desatendidos del sector,

siendo que recién para el 2011 se los proveyó de agua potable en la totalidad de su extensión. Sin mayor información acerca de este punto urbano marginal, no se cuenta con gran información acerca de sus agrupaciones internas, únicamente se obtuvo conocimientos de organizaciones informales de mujeres siendo una de ellas conformada por inmigrantes provenientes del vecino país Colombia, quienes debieron salir de su país debido a la inseguridad que imperaba en sus ciudades de procedencia.



Ilustración 21 Nigeria

Fuente: Imágenes de Google

3.2.2. Matriz de características e involucrados.

Tabla 6 Matriz de características e involucrados

Indicador / Barrio	Bastión Popular	Cristo del Consuelo	Nigeria
Ubicación	Extremo Norte, entre los km 10 y 14 de la vía a Daule	Sur de la ciudad	Sur de la ciudad en la Isla Trinitaria

Distancia del centro	9 Kilómetros	No dato exacto	No dato exacto
Nivel de Seguridad	Medio	Medio	Bajo-Medio
Vías de acceso	Conectado por medio de calles en buen estado, acceso con transporte público	Conectado por medio de calles en buen estado, acceso con transporte público	Conectado por medio de calles en buen estado, acceso con transporte público
Grado de organización comunitaria	Media	Media	Bajo-Medio
Origen poblacional	Inmigración de otras provincias o cantones: Manabí, Loja, Esmeraldas y Los Ríos	En su mayoría afro-ecuatorianos	Inmigración de otras provincias y de otros países como Colombia
Potencial Cultural	Población afro-ecuatoriana que se encuentra explotando sus costumbres dentro del sector.	No dato exacto	No dato exacto
Potencial Gastronómico	Comida afro-ecuatoriana	No dato exacto	No dato exacto
Calidad y cantidad de agua	Totalmente provista de agua	Provista de agua en su mayoría	Provista por tubería desde el año 2011
Energía eléctrica	Abastecido	Abastecido	Abastecido
Alcantarillado público		No está cubierto todo	No está cubierto todo
Estética del Barrio	Buena en la zonas	Media en zonas	Media en zonas

	principales	principales	principales
Capacidades a desarrollar	Gastronomía, baile, artesanías y cerámicas	Gastronomía, baile y artesanías	Gastronomía, baile y artesanías
Aliados estratégicos internos (insitu)	Más de tres organizaciones barriales bien definidas	Poca información al respecto	Poca información al respecto
Aliados estratégicos externos	Municipio – Proyecto Zumar	No dato exacto	Jóvenes Cristianos de la Universidad Salesiana

Elaboración: Autor del proyecto. Fuente: Investigación de campo del proyecto.

3.2.3. Análisis y selección de barrio piloto.

Se eligió al barrio Bastión Popular debido a su gran avance en materia de sociabilización e infraestructura física que ha tendido en los últimos años gracias al apoyo de la M.I. Municipalidad de Guayaquil en conjunto con otras entidades. Principalmente por la presencia de organización interna y por la presencia del Programa Zumar, con el cual se espera tener una puerta de ingreso para realizar la investigación de manera profunda y detallada, contando con la participación y venia de los habitantes.

Se descartó los otros barrios debido a la poca información a la que se tiene acceso acerca de los mismos, y la evidente falta de organización que prevalece aún dentro de sus habitantes. En este respecto los trabajos realizados por el Programa Zumar son los que han hecho posible el mejor estado del barrio Bastión Popular.

3.3. Análisis de Bastión Popular

3.3.1. Características Generales.

El barrio Bastión Popular se encuentra dividido en varios sectores interno de los cuales se eligió el bloque 7 en la etapa 2 a una cuadra de la avenida Isidro Ayora, debido a su mayor organización siendo que poseen varios comités bien organizados los cuales inclusive han ganado premios en el concurso municipal mejoremos nuestra cuadra, y en los concursos organizados por el canal televisivo Ecuavisa. Entre los comités se encuentran:

- Comité de población afrodescendiente, se dedican al baile y preparación de alimentos.
- Comité para el emprendimiento barrial comunitario, se dedican a la venta de sabanas y otras prendas, cerámicas, y otros trabajos en madera.
- Comité de señoras, que venden hortalizas en macetitas biodegradables.

3.3.2. Potencialidad actual de turismo.

Poseen potencial de baile como marimba, gastronómico de comida afroecuatoriana como cocada y bollos, así como la fabricación de artesanías y artículos en madera. Todas estas cualidades pueden ser exponenciadas para conseguir armar un producto turístico que se pueda vender a los turistas extranjeros y nacionales.

3.3.3. Organizaciones de apoyo al desarrollo.

El “Programa Zumar” o “proyecto de desarrollo de las Zonas Urbano Marginales de Guayaquil” es un programa de cooperación entre la Unión Europea y el Ecuador representado

por el municipio de Guayaquil, nacido en el año 2002 que buscaba el desarrollo del barrio urbano marginal de Bastión Popular, manteniéndose como cooperación mutua no reembolsable hasta el año 2006. “El objetivo del Programa ZUMAR fue mejorar la calidad de vida del barrio urbano popular de Bastión Popular (aprox. 80.000 habitantes, cerca de 18.000 familias), el sector fue elegido por sus críticas condiciones de vida y saneamiento ambiental”. (Enciclopedia electrónica Wikipedia, 2008)

El programa inició con el objetivo general de “contribuir a mejorar las condiciones sanitarias y sociales, y al desarrollo sostenido de la capacidad de gestión local en Bastión Popular, utilizando una metodología participativa e integral”, cuyas especificaciones eran:

- “Mejoramiento de las condiciones de vida, mediante la construcción, equipamiento, rehabilitación y prestación de servicios básicos en salud, saneamiento ambiental, educación, recreación y desarrollo organizacional, implementados bajo un esquema de participación institucional – comunitario, buscando que sea auto sustentable en el tiempo”.
- “Metodología y herramientas para potenciar la participación y capacidad de gestión local, desarrollada y ajustada para replicar la experiencia”.

Tras una conversación informal sostenida con la Directora del programa la Psc. Graciela Trelles Martínez, se puede asumir la total colaboración del programa para el incentivo del presente proyecto. Ver Anexo C.

CAPÍTULO IV: PRODUCTO “TURISMO URBANO POPULAR”

4.1. Diseño del producto turístico

4.1.1. Cómo diseñar un producto turístico.

“Es una forma de presentación del producto turístico, que conjuga los atractivos y facilidades y los presenta como un todo integrado”. “Busca facilitar el viaje satisfaciendo las motivaciones del turista así como comercializar organizadamente el producto turístico” (Llontop Diez, 2008).

Los elementos de los que constan son:

- el transporte o medios de traslado,
- el alojamiento de ser necesario,
- la alimentación o snacks que se brindarán,
- y las excursiones o actividades a realizar.

Para esto se necesita contar con recurso humano calificado y debidamente capacitado, es decir, que posean los conocimientos, habilidades y creatividad para brindar los espectáculos o actividades a realizar. Se debe diagramar el circuito a seguir, confeccionando un itinerario de las actividades que se brindarán, contando con el tiempo suficiente para realizar cada una de ellas.

Dentro del producto se deben contemplar los costos para la correcta determinación del precio, se debe establecer correctamente la temática a tratar durante el mismo, en este caso se trata del turismo urbano popular, dejando claro a los clientes que se va a visitar un lugar asociado

con pobreza y violencia, pero rico en cultura y gastronomías. Permitiendo así al turista acercarse a la realidad de la localidad provocando empatía y solidaridad.

4.1.2. Descripción de talleres.

Es necesario pulir o perfeccionar las cualidades de los habitantes del barrio, quienes estarán encargados de brindar los servicios a los visitantes, para de esta forma mejorar en la calidad y variedad de las actividades a realizar en el producto turístico en el cual se muestre la descendencia afro-ecuatoriana. Para ello se desarrollarán talleres de baile, gastronómicos y artesanales.

- **Taller de baile:** Se dictarán clases de lunes a viernes en un lapso de dos horas diarias para la práctica, aprendizaje y mejoramiento de las técnicas de baile afroecuatorianas, especialmente la marimba.
- **Taller de gastronomía:** Se seleccionará los mejores chef ecuatorianos especializados en comida nacional y más aún en los alimentos de nuestra zona afrodecendiente. Con ello se dictarán clases de lunes a viernes en un lapso de dos horas diarias, con la opción de recibir 4 horas intensivas los fines de semana.
- **Taller de artesanías:** Se impulsará la capacidad creativa de los habitantes por medio de cursos de artesanías en los que le enseñes diversos modelos y técnicas para su elaboración y posterior venta como suvenires.

4.1.3. Relaciones interinstitucionales.

Se deberá mantener una estrecha relación con el M.I. Municipio de Guayaquil y con el Programa Zumar, manteniendo conversaciones directas con su directora la Psi. Graciela Trelles Martínez. De igual manera se deberá establecer relaciones estrechas con los dueños de las principales agencias de viajes y agencias de turismo de la ciudad las cuáles serán las que ofrezcan el producto a los turistas provenientes del extranjero. También se deberá mantener relaciones con la policía nacional para asegurar que se cumplan los patrullajes de la zona, para poder garantizar la seguridad tanto de los turistas como de los representantes y/o guías de las agencias turísticas.

Tabla 7 Matriz de actores

Institución	Contacto	Relación	Importancia
Programa Zumar	Psi. Graciela Trelles	Apoyo de carácter social con los habitantes	Prioritario
Agencias de viajes	Varios	Promocionan el producto turístico	Medio
Agencias de turismo	Varios	Promocionan y venden el producto turístico	Prioritario
Policía Nacional	Patrulla o departamento asignado	Seguridad general del sector y al momento de los recorridos turísticos	Prioritario

Elaboración: Autor del proyecto.

4.1.4. Medidas de seguridad.

Se deberá contar con todas las medidas de seguridad posibles, debiendo solicitar la colocación de puestos de vigilancia policial para asegurar el resguardo de la entidad competente, así como organizar grupos de defensa barrial, para que sean los moradores mismos quienes velen por la seguridad y la de aquellos que acudan como turistas a disfrutar de lo que ellos ofrecen.

Adicional en cada una de las visitas que se realicen con grupos de personas, es competencia de las agencias de viajes las medidas de seguridad particulares que cada una de ellas tomen.

4.1.5. Resultados esperados.

Se espera la total integración de los habitantes del barrio para de esta manera conseguir un producto homogéneo y de calidad. Consiguiendo los beneficios económicos para el barrio y las empresas privadas de turismo, así como, brindar un producto de excelencia a la sociedad para el disfrute de los turistas extranjeros y nacionales que contarían con un atractivo turístico totalmente nuevo en el país.

4.1.6. Análisis de beneficios para los actores.

4.1.6.1. Beneficios para el barrio.

El barrio piloto y todo barrio en el que se logre implementar la planeación de manera efectiva, recibirá como beneficio los ingresos monetarios que se obtengan de las visitas a sus

establecimientos, siendo este un beneficio para el crecimiento económico de la zona. Igual que por medio de las capacitaciones obtienen un crecimiento socio-cultural basado en sus propias costumbres, así como nuevas habilidades por medio de las artes manuales.

4.1.6.2. Beneficio para el turista.

El turista extranjero y nacional recibe como beneficio un nuevo atractivo turístico para su deleite, así como, un nuevo concepto en el país de turismo social el cual puede ser explotado de mejor manera brindando un mayor número de atractivos turísticos dentro de la ciudad. Además que reciben el beneficio de conocer más a fondo una cultura ecuatoriana sin tener la necesidad de trasladarse hasta su territorio natal para poder apreciarla y aprender de ella.

4.1.6.3. Beneficio para la empresa privada.

La empresa privada o más en concreto las agencias de turismo, reciben un nuevo producto turístico para ofrecerle a sus clientes, el cual le representa nuevos ingresos a las agencias, permitiéndoles también explotar más aún el tema de turismo social pudiendo crear ideas que les brinden la posibilidad de obtener nuevos ingresos.

4.1.7. Marketing Mix Social del “Turismo Urbano Popular”.

4.1.7.1. Producto.

El itinerario sugerido para el producto turístico es el siguiente:

Tabla 8 Itinerario sugerido

DÍA/FECHA:		
HORA	TIEMPO ESTIMADO DE DURACIÓN	ACTIVIDAD
9:00	5 MIN	Reunión del grupo de turistas en las instalaciones de la agencia de turismo elegida, o en el sitio en que esta disponga.
9:05	25 MIN	Traslado al barrio.
9:30	10 MIN	Recibimiento por parte de los moradores participantes del programa.
9:40	20 MIN	Explicación de la situación social del barrio, el origen de sus habitantes y la riqueza cultural que están a punto de apreciar.
10:00	20 MIN	Show artístico de inicio al tour, donde se muestre lo autóctono de la comunidad expuesta, en este caso la afroecuatoriana por medio de la marimba.
10:20	40 MIN	Explicación de la gastronomía y degustación de la misma en las instalaciones o restaurantes dispuestos por la comunidad barrial.
11:00	30 MIN	Exposición de historias de la cultura autóctona.
11:30	30 MIN	Acompañamiento musical de culminación donde se sacará a

		los asistentes a participar del mismo, enseñándoles los pasos básicos para que puedan seguir el ritmo o baile. Cabe indicar que la participación de los asistentes será voluntaria, en ningún momento puede ser forzosa.
12:00	20 MIN	Visita a la tienda de regalos u otra instalación dispuesta por la organización barrial para la muestra de las artesanías realizadas, la entrega del souvenir adquirido por la agencia turística para su repartición, y la posibilidad de adquirir más objetos por parte de los asistentes.

Elaboración: Autor del proyecto.

4.1.7.2. Precio.

El precio deberá ser determinado de acuerdo a los costos de los factores que lo conforman establecidos en la época en que vaya a ser implementado el producto. Los factores a cotizar para el establecimiento del precio son:

- El transporte, el cual dependerá de la agencia que ofrezca el producto por lo que varía si poseen medio de transporte propio o si deben arrendar uno.
- El costo de la guianza, es decir el salario de la persona o personas encargadas de guiar a los turistas a lo largo del recorrido.
- La comida, la cual deberá ser adquirida en las instalaciones del barrio para que puedan apreciar la gastronomía expuesta.
- El show artístico, el cual será un valor cobrado por parte de la agencia turística y que posteriormente será trasladado a la organización barrial a cargo.

- El acompañamiento musical, en caso de ser requerido también será un valor cobrado por parte de la agencia turística y que posteriormente será trasladado a la organización barrial a cargo.
- El souvenir, que consta de un pequeño obsequio adquirido en las instalaciones del barrio y cuyo costo será asumido por la agencia de viaje quien trasladará su costo al producto turístico. Adicionalmente los turistas podrán adquirir otros souvenirs en la tienda de regalos u otra instalación dispuesta por la organización barrial.
- Y por último el porcentaje de ganancia para la agencia turística, se sugiere una ganancia promedio entre el 30% y 40%, pero se deja a criterio de la agencia.

Para el mes de Junio del año 2014, fecha de culminación del presente proyecto se contaba con un precio estimado para el producto turístico, debidamente desglosado a continuación:

Tabla 9 Costo del producto turístico

Factores	Costo
Transporte, alquiler por medio día, por 20 pasajeros	\$ 120,00
Dos guías turísticos, proporcional por el medio día	\$ 20,00
Alimentación, plato típico promedio, por 20 turistas	\$ 80,00
Show artístico, compuesto por 6 bailarines	\$ 180,00
Acompañamiento musical	\$ 150,00
Souvenir, por 20 turistas	\$ 60,00
Subtotal	\$ 610,00
Comisión de agencia turística del 35%	\$ 213,50
Total	\$ 823,50
Costo por turista	\$ 41,18

Elaboración: Autor del proyecto.

Este costo es promedio, por grupos de 20 personas, para grupos de menor o mayor capacidad, los costos serán ajustados de acuerdo a las necesidades.

4.1.7.3. Plaza.

La plaza se encuentra dentro del barrio piloto, en el bloque 7 de la etapa 2 de Bastión Popular, donde se desarrollarán todas las actividades.

4.1.7.4. Promoción.

La promoción del producto deberá efectuarse principalmente por medios electrónicos, el internet y las redes sociales, ya que es por este medio que más buscan los turistas los atractivos que desean en su próximo viaje. Estas promociones deben contar con colores vivos que atraigan la atención de los turistas, y que exponga en breves palabras todo lo que podrían disfrutar de brindarse el tiempo de participar del producto.

Adicionalmente se puede emplear medios gráficos impresos como posters para ser colocados en las agencias turísticas tanto en las agencias establecidas en la localidad como en las sucursales ubicadas en el exterior, para de esta manera llamar la atención visual de las personas que deseen realizar un viaje turístico.

4.1.7.5. Personal.

Las actividades del producto turístico serán llevadas a cabo por los propios moradores del sector, siendo ellos mismos quienes realicen todo acto artístico así como la elaboración de las artesanías y elementos gastronómicos que brindarán a los visitantes. Preservando en cada

momento la temática autóctona del sector del país al cual representan, como lo es su descendencia afro-ecuatoriana.

4.1.7.6. Presentación.

La presentación de los servicios será variada para cada uno de ellos. Siendo entre ellos:

- a) La vestimenta de marimba para las presentaciones artísticas (bailes).
- b) Los alimentos serán repartidos en cantidades moderadamente grandes, lo cual es un punto muy conocido dentro del país como característica esencial de la comida afro-ecuatoriana.
- c) Las artesanías estarán en perchas y mostradores dentro de la tienda de regalos u otra instalación dispuesta por la organización barrial para la muestra de las mismas.

4.1.7.7. Proceso.

El proceso será llevado a cabo de acuerdo al itinerario planteado, respetando los tiempos de realización como márgenes mínimos, pudiendo hacer extensiones en algunas de las actividades de acuerdo a la flexibilidad de tiempo que presenten los visitantes o la agencia de turismo que los acompaña. Cada una de las extensiones de tiempo no serán contempladas como cargos extras, a menos que sean solicitadas de manera expresa por la agencia de turismo. Haciendo uso de las extensiones de tiempo por parte de los organizadores del producto turístico, únicamente dentro de aquellas actividades que presente mayor interés para los visitantes, a medio de no generar aburrimiento dentro del itinerario.

4.2. Sistema de Seguimiento y Evaluación

4.2.1. Organización de control

Se deberá establecer una organización barrial encargada de supervisar el correcto cumplimiento de las actividades ofrecidas en el producto turístico, al igual que será aquella entidad encargada de coordinar de manera directa con las agencias de turismo para las visitas a las instalaciones y el posterior o previo cobro de los valores por los shows artísticos y los souvenirs entregados a los turistas asistentes.

4.2.2. Control de seguridad

La organización barrial no estará a cargo únicamente de la coordinación de visitas y cobro de valores, también deberán estar al pendiente de la seguridad del sector, incentivando la mantención de un grupo de seguridad barrial que realicen las bases de policía privada interna, al igual que deberán mantener conexiones con la policía nacional para asegurarse que brinden la atención solicitada y así no dar cabida a la delincuencia de perjudicar el programa.

4.2.3. Análisis de evolución de Bastión Popular

Las instituciones de control públicas como aquellas designadas por el M.I. Municipio de Guayaquil, el Programa Zumar (en caso de continuar en su competencia), y el Ministerio de Turismo, deberán realizar estudios periódicos para análisis del sector, para determinar la evolución ya sea esta positiva como aspectos negativos que se pudieran estar dando o se podrían

dar en algún momento. Dichos estudios son sugeridos pero quedan a criterio y decisión de dichas instituciones tomar o no cartas al respecto.

5. CAPÍTULO V: ESTUDIO DE MERCADO

5.1. Objetivos de la investigación

5.1.1. Objetivo General

Determinar la factibilidad del producto turístico desarrollado y sugerido.

5.1.2. Objetivos Específicos

- Determinar el nivel de aceptación del proyecto por parte de las agencias turísticas.
- Identificar el porcentaje de ganancia que esperan obtener.
- Conocer el nivel de apoyo con el que se contaría por parte de las instituciones públicas.
- Determinar el nivel de conocimiento que poseen los turistas respecto del turismo urbano popular.
- Identificar el nivel de aceptación por parte de los turistas al producto desarrollado.
- Establecer un precio promedio que los turistas estarían dispuestos a cancelar por el producto desarrollado.
- Identificar sugerencias por parte de los diferentes actores de la investigación de mercado (agencias, instituciones y turistas).

5.2. Método de investigación

5.2.1. Método seleccionado

El método empleado para la investigación teórica y fundamental del presente proyecto, es la citación de juicios de expertos y analistas sociales y turísticos. Mientras el método

seleccionado para adquisición de datos es una investigación de campo cuantitativa por medio de encuestas realizadas a los diversos actores involucrados en el presente proyecto. Se diseñó tres modelos de encuestas, cada uno dirigido a cada actor del proyecto, como lo son los turistas, las agencias u operadoras de turismo y las instituciones públicas.

5.2.2. Tamaño de la población y la muestra

Dado que el mercado turístico es una cantidad bastante elevada, se determinó tres variables para calcular la fórmula muestral para cada actor. Siendo para los turistas, las estadísticas que mantiene el Instituto de Estadísticas y Censos INEC acerca del ingreso de turistas al país, dentro de las cuales se tomarán aquellas provenientes del año 2013 de los meses de enero a agosto dentro de la jefatura del Guayas, como último año concluido en su totalidad y que ya se tienen valores estadísticos confirmados. Para las agencias u operadoras de turismo se tiene catastro de las agencias dentro de la provincia del Guayas, habiendo 225 agencias dentro de Guayaquil, 2 en la ciudad de Milagro, 10 dentro de Samborombón, 1 en la ciudad de Yaguachi y 1 en Playas; siendo para el caso del presente estudio, las 225 agencias ubicadas en la ciudad de Guayaquil.

Tabla 10 Llegada de extranjeros al Ecuador

Mes	2010	2011	2012	2013	2014	Var % '14 / '13
Enero	96.109	105.548	127.116	130.843	152.576	16,6
Febrero	89.924	86.421	99.521	103.761	124.584	20,1
Marzo	82.452	87.495	96.948	113.359	114.007	0,6
Abril	70.540	87.507	92.627	87.486	118.614	35,6
Mayo	77.618	81.870	92.644	98.414	111.177	13,0
Junio	91.602	99.949	118.292	121.742	129.062	6,0
Julio	110.545	117.966	130.779	138.138	154.229	11,6
Agosto	95.219	98.962	106.375	112.569	131.694	17,0
Subtotal	714.009	766.718	864.302	906.312	1'035.943	14,3
Septiembre	71.776	80.090	85.990	97.374	-	-
Octubre	83.701	88.357	99.145	111.517	-	-
Noviembre	81.253	92.573	99.674	112.056	-	-
Diciembre	96.359	113.299	122.790	136.798	-	-
Total	1'047.098	1'141.037	1'271.901	1'364.057		

Fuente: Anuario de Entradas y Salidas Internacionales, INEC.

Elaboración: (Ministerio de Turismo, 2014).

Tabla 11 Llegada de extranjeros por jefatura de migración

Jefatura	abril		mayo		junio		julio		agosto		enero - agosto	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Pichincha	43.051	50.495	48.524	52.611	58.929	63.528	65.098	69.224	54.057	59.586	412.521	453.691
Guayas	19.986	25.557	23.871	26.418	29.966	28.503	32.765	37.283	29.902	31.385	217.440	238.230
Carchi	11.335	23.355	13.108	13.271	19.195	19.014	23.141	24.512	11.882	18.241	143.300	168.946
El Oro	9.933	11.985	10.119	12.228	9.863	12.447	13.514	17.037	13.347	16.293	104.486	122.380
Loja	831	1.155	828	1.206	881	984	1.028	2.106	1.238	1.837	7.990	10.966
Otras jefaturas	2.350	6.067	1.964	5.443	2.908	4.586	2.592	4.067	2.143	4.352	20.575	41.930
Total	87.486	118.614	98.414	111.177	121.742	129.062	138.138	154.229	112.569	131.694	906.312	1'035.943

Fuente: Anuario de Entradas y Salidas Internacionales, INEC.

Elaboración: (Ministerio de Turismo, 2014).

Tabla 12 Muestra, encuestas para turistas

Formula muestral para el tamaño de la población				$n = \frac{p \times q \times z^2 \times n}{(n \times e^2) + (z^2 \times p \times q)}$
				3,8416
Valor de confianza de la encuesta	z=	1,96		
Proporción de éxito	p=	0,50		
Proporción de fracaso	q=	0,50		
Tamaño de la población Merc.				
Meta	N=	217.440		0,0025
Margen de error/Error muestral	e=	0,05	n=	$\frac{208.829}{545}$
			n=	383

Elaboración: Autor del proyecto.

Tabla 13 Muestra, encuestas para agencias de turismo

Formula muestral para el tamaño de la población				$n = \frac{p \times q \times z^2 \times n}{(n \times e^2) + (z^2 \times p \times q)}$
				3,8416
Valor de confianza de la encuesta	z=	1,96		
Proporción de éxito	p=	0,50		
Proporción de fracaso	q=	0,50		
Tamaño de la población Merc.				
Meta	N=	225		0,0025
Margen de error/Error muestral	e=	0,05	n=	$\frac{216}{2}$
			n=	142

Elaboración: Autor del proyecto.

Para las instituciones públicas se realizarán 3 encuestas a personal de las principales instituciones públicas actoras al respecto, las cuales fueron la DASE del Municipio de Guayaquil, el Programa Zumar, y el Ministerio de Turismo.

5.3. Investigación de campo

Como se mencionó con anterioridad, se realizó una investigación de campo por medio de encuestas dirigidas a cada grupo de actores relevantes para la el proyecto. Las encuestas realizadas a los turistas extranjeros, fueron llevadas a cabo o tomadas en puntos estratégicos de la ciudad de Guayaquil y Quito, como lo son los actuales atractivos turísticos, determinando primeramente su procedencia (turista o habitante local) de acuerdo a su apariencia física y su idioma o forma de hablar, confirmando este hecho para poder llevar a cabo las preguntas; así como por medios electrónicos a conocidos y referidos ciudadanos y residentes de otros países. En cuanto a las agencias turísticas se visitó el número determinado dentro de la muestra, de aquellas agencias que figuran dentro del documento de catastro empleado para los datos de la muestra.

A continuación se detalla tanto los modelos de investigación cuantitativa, así como los resultados obtenidos durante la misma.

5.3.1. Modelo de encuesta

Los modelos de encuestas empleados se muestran en el Anexo D.

5.3.1.1. Encuesta para turistas extranjeros.

Se utilizó una encuesta compuesta por once preguntas, dos preguntas cerradas, ocho preguntas semi-abiertas y una pregunta abierta para que los turistas puedan expresarse en su apreciación sugerida. Entre las preguntas se recogen datos relevantes como la edad del público, su género, su nivel de conocimiento acerca del turismo urbano popular, su aceptación ante la propuesta planteada y el valor que estarían dispuestos a cancelar por ello.

5.3.1.2. Encuesta para instituciones públicas.

Se utilizó una encuesta compuesta por ocho preguntas, dos preguntas abiertas y seis preguntas semi-abiertas. Con dichas preguntas se esperaba conocer el nivel de conocimiento que tienen las instituciones públicas acerca del turismo urbano popular y de su principal referente como o es el programa turístico de las favelas de Río de Janeiro en Brasil. Por último se recogen los datos para la medición del posible apoyo por parte de estas instituciones al desarrollo del producto turístico planteado en Guayaquil.

5.3.1.3. Encuesta para agencias turísticas.

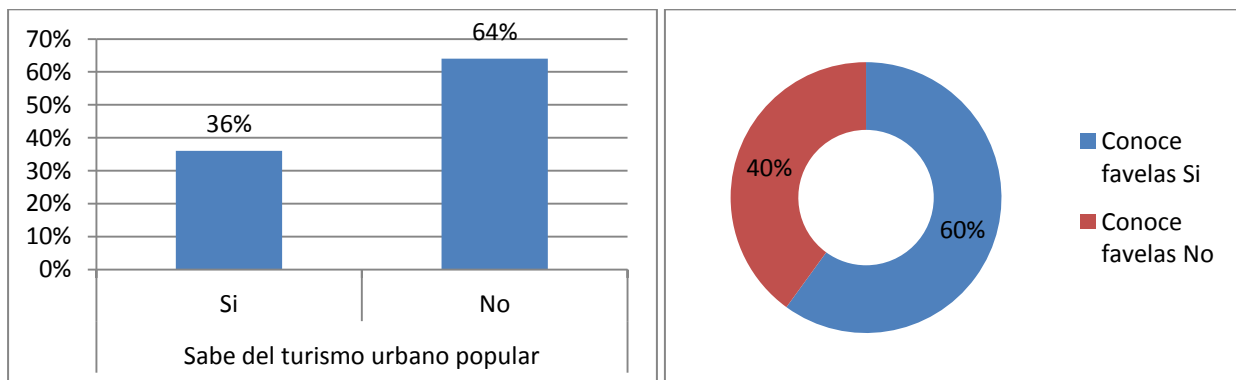
Se utilizó una encuesta compuesta por ocho preguntas, dos abiertas, cinco semi-abiertas y una cerrada. Con las preguntas realizadas se esperaba conocer el tiempo de mercado y la consistencia que poseen las agencias encuestadas, al igual que con las instituciones públicas identificar el nivel de conocimiento que tienen acerca del turismo urbano popular y de su principal referente como o es el programa turístico de las favelas de Río de Janeiro en Brasil, determinar si estarían dispuestos a vender el producto turístico propuesto, y el porcentaje que estarían dispuestos a recibir por la venta del mismo.

5.3.2. Resultados Obtenidos

Los resultados obtenidos fueron claramente positivos, teniendo una total aceptación por parte de todos los involucrados ante el desarrollo del presente proyecto. Al final del documento se pueden apreciar los resultados individuales para cada pregunta de la encuesta realizada. Ver Anexo E.

Entre los primeros resultados que resalta o más destacables dentro de la encuesta al público, específicamente al turista extranjero, se encuentra que el 64% de los encuestados desconoce lo que es el turismo urbano popular en sí, pero sin embargo tan solo el 40% de los encuestados no conoce o tiene información acerca del turismo de favelas, indicando que el 24% a pesar de no conocer el ‘termino’ del tipo de turismo si tienen una noción más avanzada de lo trataría el producto turístico planteado.

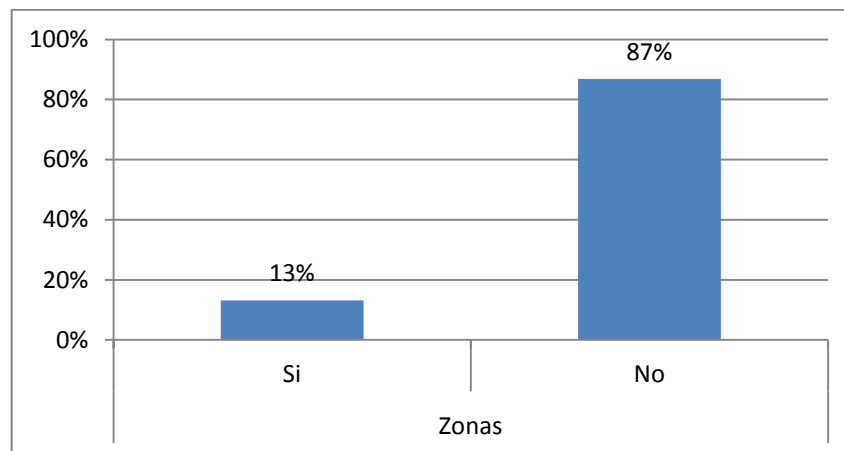
Ilustración 22 Encuestas turistas, segunda y tercera pregunta.



Elaboración: Autor del proyecto.

El 87% de los turistas que han visitado el Ecuador no conocen las zonas urbano marginales de Guayaquil, tan solo han escuchado o leído que existen las llamadas ‘invasiones’, las que entienden como puntos de referencia donde no ingresar por su alto nivel de peligrosidad.

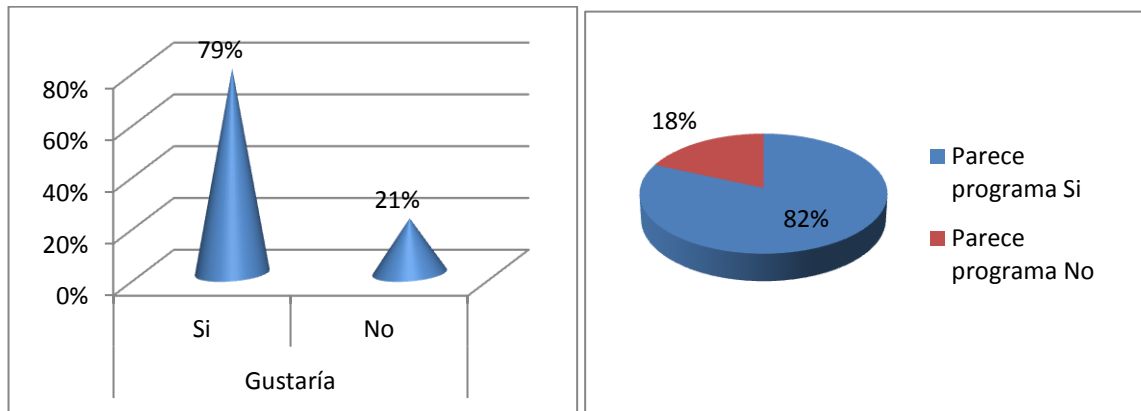
Ilustración 23 Encuestas turistas, sexta pregunta – Conocimiento de zonas urbano populares de Guayaquil



Elaboración: Autor del proyecto.

Sin embargo, a pesar de este pre-conocimiento, mostraron un total interés en poder ingresar a través de una visita guiada que cuente con todas las medidas de seguridad necesarias para el caso. Dando con ello, los resultados positivos para el planteamiento del presente proyecto, siendo que el 82% de los encuestados manifiestan aceptación hacia el producto, deseando poder conocer la cultura de otros puntos de Ecuador en su visita a Guayaquil dentro de estos barrios urbano marginales.

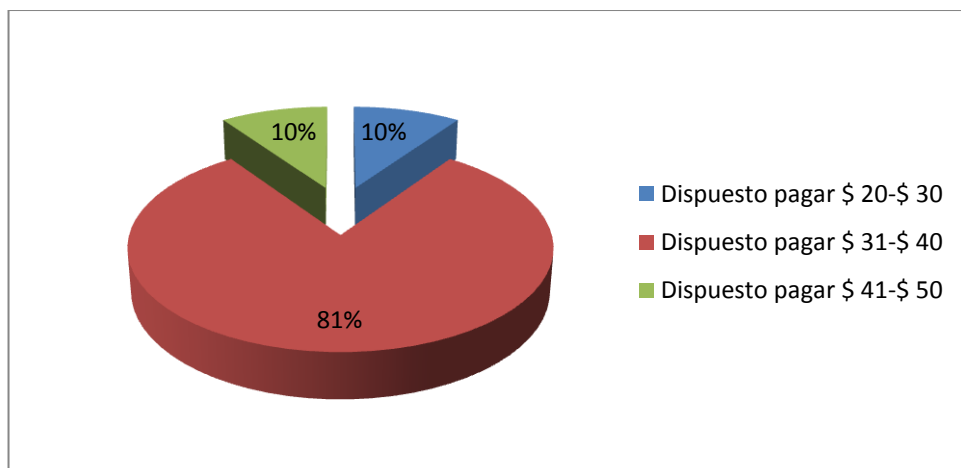
Ilustración 24 Encuestas turistas, séptima y octava pregunta



Elaboración: Autor del proyecto.

Además el 81% de los encuestados se encontrarían dispuestos a cancelar entre \$ 31 y \$ 40 por persona por este producto turístico que incluye transporte, alimentación/refrigerio, seguridad, y un souvenir; permitiéndoles así esta módica cantidad económica, cumplir esta posibilidad de conocer una muestra de la cultura afro-ecuatoriana dentro de la ciudad de Guayaquil, sin tener que trasladarse innecesariamente hasta el punto norte del País, donde ella se radica principalmente.

Ilustración 25 Encuestas turistas, décima pregunta – Valor a cancelar



Elaboración: Autor del proyecto.

CONCLUSIONES

- 1) Se definió el sector urbano popular a analizar, identificando y analizando las riquezas intangible es decir el tipo de población que poseían todos los posibles barrios pilotos, decidiendo por el barrio Bastión Popular dado sus avances a nivel de organización cultural en cuento a la muestra de sus costumbres y tradiciones autóctonas de sus lugares de origen.
- 2) Se estableció las directrices a seguir para la conformación de una organización social barrial, más allá de la simple organización se bosquejo los pasos con los que se debe proceder para promover la instauración de una organización responsable de auto-vigilar o auto-supervisar las actividades a realizarse dentro del producto turístico.
- 3) Se analizó el barrio a intervenir, retratando aquellos potenciales turísticos en los que se debe trabajar para llevar a cabo el proyecto turístico.
- 4) Se determinó las estrategias para potencializar la gastronomía y cultura autóctona de los moradores de Bastión Popular, determinando el tipo de cursos y capacitación que la población debe recibir previamente para poder gestionar el producto turístico.
- 5) Se definió el producto que se desea poder lanzar al mercado, es decir se planteó el producto turístico que deberán ofertar las agencias viajes así como las instituciones pertinentes dentro del gobierno nacional, para promover este tipo de turismo urbano popular dentro del territorio ecuatoriano.
- 6) Mediante las charlas y encuestas llevadas a cabo para la investigación de campo, se promovió interinstitucionalmente la posible implementación de este tipo de turismo dentro del Ecuador, dentro de las cuales se obtuvo una total aceptación por parte de los involucrados.

- 7) Se obtuvo una total aceptación del proyecto tanto dentro de la comuna o barrio de Bastión Popular, así como en los turistas encuestados, lo cual viabiliza a nivel teórico el proyecto planteado.

RECOMENDACIONES

- 1) Llevar a cabo el presente proyecto para obtener los beneficios planteados, los cuales beneficiarían enormemente a la sociedad asentada en el barrio Bastión Popular, así como a las agencias turísticas, generando un beneficio secundario en la economía local al incrementar las posibilidades adquisitivas de los involucrados.
- 2) Generar en el año una agenda de festividades populares según su procedencia geográfica, es decir revalorizar el folklor de cada localidad del país que esté representada en cada cuadra del sector elegido.
- 3) Implementar esta modalidad de turismo en otros barrios de la ciudad, e inclusive en otros puntos del país de ser posible.

BIBLIOGRAFÍA

- Abreu Hernández, Pedro Pablo. La animación es algo más que, Manual de animación turística, Ediciones Región Empresa Periodística, La Pampa, Patagonia Argentina. 2004.
- Dwek Débora. Favela Tourism: Innocent fascination or inevitable exploitation? 1era edición, año 2004
- Montaner Montejano Jordy. Estructura del Mercado Turístico. 2da. Edición, Año 2002
- Vergara Arturo. Bastión, Mi Casa. Programa de Desarrollo Integral de las zonas urbano marginales de Guayaquil, ZUMAR. 1era. Edición. Año 2002
- Zamorano Casal Francisco Manuel, Turismo Alternativo: Servicios Turísticos diferenciados. México, 1era. edición. Trillas 2002
- Malecón 2000*. (Julio de 2005). Recuperado el 9 de Mayo de 2014, de Enciclopedia electrónica Wikipedia: http://es.wikipedia.org/wiki/Malec%C3%B3n_2000
- Malecón del Salado*. (2006). Recuperado el 10 de Mayo de 2014, de Enciclopedia electrónica Wikipedia: http://es.wikipedia.org/wiki/Malec%C3%B3n_del_Salado
- Diccionario Manual de la Lengua Española Vox*. (2007). Larousse Editorial.
- Enciclopedia electrónica Wikipedia*. (Septiembre de 2007). Recuperado el 08 de Febrero de 2014, de In situ: http://es.wikipedia.org/wiki/In_situ
- Enciclopedia electrónica Wikipedia*. (2008). Recuperado el 5 de Noviembre de 2013, de Zumar: <http://es.wikipedia.org/wiki/Zumar>
- Favelas de Río de Janeiro*. (Julio de 2009). Recuperado el 1 de Mayo de 2014, de Enciclopedia electrónica Wikipedia: http://es.wikipedia.org/wiki/Favelas_de_R%C3%ADo_de_Janeiro
- Turismo en Ecuador*. (Diciembre de 2011). Recuperado el 1 de Abril de 2014, de Enciclopedia electrónica Wikipedia: http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_en_Ecuador

El Malecón de Guayaquil – Ecuador. (28 de Enero de 2013). Recuperado el 9 de Mayo de 2014, de Página electrónica Viajes y Precios: <http://viajesyprecios.com/2013/01/el-malecon-de-guayaquil-ecuador/>

Fundación Pro-Bosque. (2013). Recuperado el 10 de Mayo de 2014, de Bosque Cerro Blanco: http://bosquecerroblanco.org/es/?page_id=170

Historia. (2013). Recuperado el 10 de Mayo de 2014, de Zoológico El Pantanal: http://www.zoologicoelpantanal.com/index.php?option=com_content&view=article&id=46&Itemid=57

K Dictionaries Ltd. (2013).

M.I. Municipalidad de Guayaquil. (2013). Recuperado el 5 de Noviembre de 2013, de Guayaquil / División: <http://www.guayaquil.gov.ec/guayaquil/la-ciudad/division>

Parque Histórico Guayaquil. (2013). Recuperado el 10 de Mayo de 2014, de Página gubernamental Parques y Espacios: <http://www.parquesyespacios.gob.ec/nuestros-parques/parque-historico/>

Turismo de favelas: inolvidable viaje a otro Río de Janeiro. (23 de Julio de 2013). Recuperado el 3 de Mayo de 2014, de ABC Viajar: <http://www.abc.es/viajar/brasil/abci-favelas-janeiro-201307221357.html>

Turismo en el Ecuador. (2013). Recuperado el 1 de Abril de 2014, de Huecas Gastronómicas - Universidad Cristiana Latinoamericana: <http://huecasgastronomicasdmq.jimdo.com/quienes-somos/breve-historia-del-ecoturismo/turismo-en-el-ecuador/>

Turismo en la Actualidad. (2013). Recuperado el 29 de Abril de 2014, de Huecas Gastronómicas - Universidad Cristiana Latinoamericana:

<http://huecasgastronomicasdmq.jimdo.com/quienes-somos/breve-historia-del-ecoturismo/turismo-en-la-actualidad/>

Turismo en fotos. (2014). Recuperado el 1 de Febrero de 2014, de Fotos de Ecuador:

<http://www.turismoenfotos.com/ecuador/0/>

Arce, G. (10 de Diciembre de 2011). La barriada que creció junto al estero y la iglesia. *PP El verdadero*, pág. Sección "Historia de mi barrio".

Colvin, J. G. (). *Ecoturismo indígena: El programa Capirona en la provincia de Napo, Ecuador.* Recuperado el 9 de Mayo de 2014, de Food and Agriculture Organization of the United Nations - FAO: <http://www.fao.org/docrep/w2149s/w2149s07.htm>

Dr. Rodríguez Espinar, S. (1990).

Ecotours en la Selva Amazónica con los cofanes. (s.f.). Recuperado el 9 de Mayo de 2014, de

Fundación Sobrevivencia Cofán - Cofan Survival Fund:

<http://www.cofan.org/es/ecoturismo.html>

Estrella Silva, M., & Guadamud Montenegro, P. (2002). Evolución Turística de Guayaquil. *Tesis de Grado para el título en Licenciatura en Turismo.* Escuela Superior Politécnica del Litoral, Facultad de Ingeniería Marítima y Ciencias del Mar.

Fenómeno El Niño. (s.f.). Recuperado el 8 de Febrero de 2014, de El clima.com:

http://www.elclima.com.mx/fenomeno_el_nino.htm

Guayaquil Ecuador, Barrio Las Peñas. (s.f.). Recuperado el 10 de Mayo de 2014, de Eco Travel:

<http://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/las-penas-guayaquil.php>

Llontop Diez, C. (14 de Abril de 2008). *ELABORACION DE PAQUETES TURISTICOS.*

Recuperado el 13 de Mayo de 2014, de Blog personal de Lic. Claudia LLontop Diez:

<http://claudiallontopdiez.blogspot.com/2008/04/elaboracion-de-paquetes-turisticos.html>

López, K. (6 de Junio de 2010). *Lugares Turisticos del Ecuador*. Recuperado el 9 de Febrero de 2014, de Blog Universidad ESPOL: <http://blog.espol.edu.ec/kvlopez/>

Malecón 2000: Ubicación. (s.f.). Recuperado el 29 de Abril de 2014, de Organización Malecón 2000: Este importante parque urbano le devuelve a la ciudad su relación perdida con el Río Guayas y se constituye en el percutor del proceso de regeneración urbana del centro.

Ministerio de Turismo. (Agosto de 2014). Principales Indicadores de Turismo. Boletín No. 8. 2014, Junio.

Olmos, J. (10 de Julio de 2005). 'Invasiones' resurgen con frecuencia en Guayaquil. *El Universo*, pág. Sección El Gran Guayaquil.

Rutas Turísticas. (s.f.). Recuperado el 10 de Mayo de 2014, de La Prefectura del Guayas: <http://www.guayas.gob.ec/turismo/rutas-turisticas/>

Serpa, D., & Contreras, D. (11 de Noviembre de 2009). *ANÁLISIS DE BASTIÓN*. Recuperado el 5 de Noviembre de 2013, de Blog personal - Una mirada al corazón de la ciudad: <http://secodiseno8.blogspot.com/2009/11/analisis-de-sitio.html>

Torres Martínez, G. (16 de Septiembre de 2011). *¿Qué es un proyecto de intervención?* Recuperado el 09 de Febrero de 2014, de Blog Intervención educativa: <http://uvprinervencioneducativa.blogspot.com/2011/09/que-es-un-proyecto-de-intervencion-por.html>

Yuvi Mendoza, C. (Octubre de 2008). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA OPERADORA DE ECOTURISMO EN LA CIUDAD DE OTAVALO. *Proyecto previo a la obtención del título de Ingeniero Empresarial*. Quito, Ecuador: Escuela Politécnica Nacional Facultad de Ciencias Administrativas.

ANEXOS

A. Presupuesto del proyecto

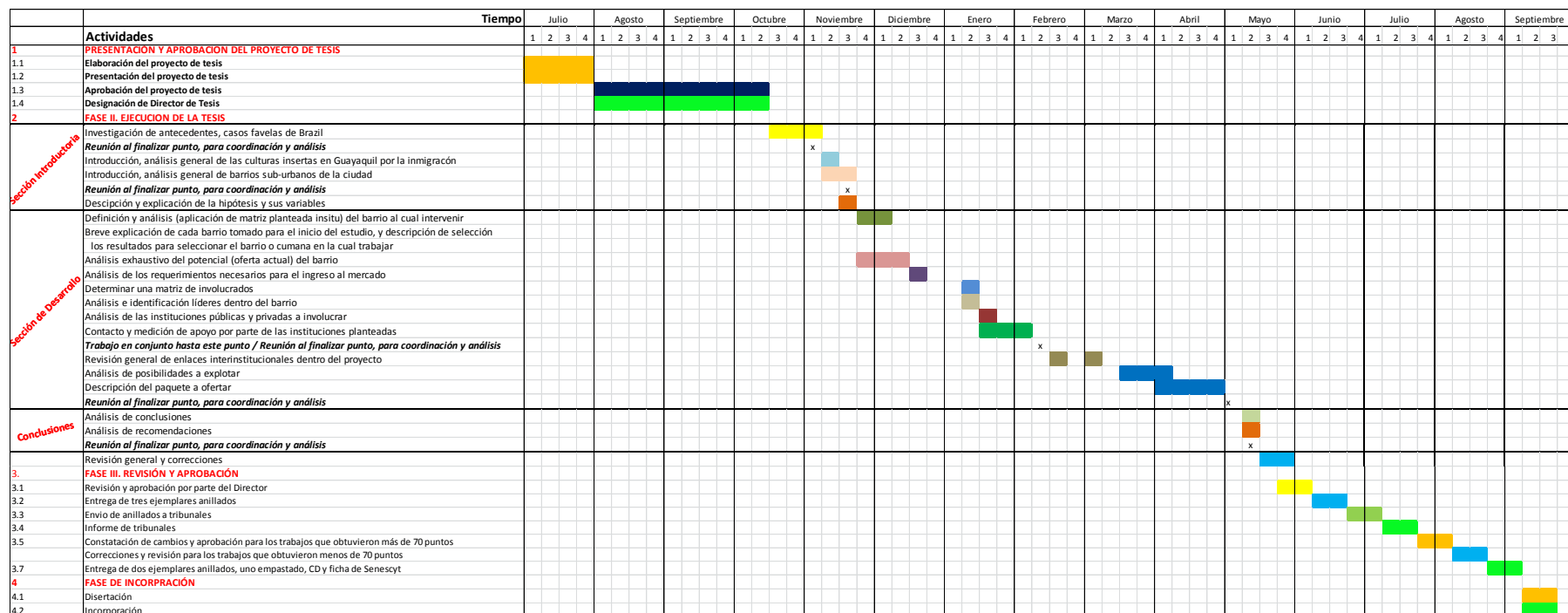
Para el presente estudio se utilizaron fondos propios los cuales fueron invertidos en:

- Impresiones y copias.
- Transporte para investigación de instituciones públicas.
- Transporte para investigación de campo.
- Alimentación durante el tiempo empleado en el estudio.
- Transporte a investigación in-situ.

De esta forma se tuvo un gasto total promedio de \$500 dólares americanos.

B. Cronograma de trabajo

Ilustración 26 Cronograma de tesis



C. Entrevistas

Entrevista a la Psc. Graciela Trelles Martínez:

Estimado Andrés, como usted conoce, ZUMAR, como parte de la DASE del Municipio de Guayaquil ha intervenido en todo Bastión Popular, en lo que se relaciona a la obra pública municipal, toda el área cuenta con servicios básicos e infraestructura vial.

Me parece interesante plantear como tesis, el turismo comunitario de un sector urbano popular, en Bastión, en la etapa 2, bloque 7, podría ser un sector a considerar, varios comités, han ganado premios en el concurso municipal, mejoremos nuestra cuadra y en los organizados por Ecuavisa, es decir que frente a un objetivo común, suman esfuerzos en forma organizada, hay varios aspectos interesantes, uno de los comités es población afrodescendiente, tienen marimba, preparan cocada y venden, especialmente la venta es en Cuenca, preparan y venden los llamados "bollos del negro" en la siguiente calle hay otro comité que se esfuerza en un emprendimiento barrial comunitario, vendiendo sabanas y otras prendas, familias con venta de cerámicas, otros trabajos en madera, en la siguiente cuadra otro comité, un grupo de señoras venden, hortalizas en macetitas biodegradables, estos barrios están ubicados a una cuadra de la avenida Isidro Ayora. De considerarlo como posibilidad, sería interesante una reunión para evitar crear falsas expectativas, saber que todo esto les permitiría contar con un proyecto, que es posible de realizar buscando financiamiento.

D. Modelos de encuestas

Encuesta para turistas extranjeros.



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA *La Universidad Católica de Loja*

La presente encuesta es llevada a cabo por un estudiante de la UTPL perteneciente a la escuela de administración de empresas, como investigación de campo para el proceso de titulación de Master en Gestión y Desarrollo Social.

1. Edad/Age _____ Género/Gender F _____ M _____.
2. ¿Sabe usted lo que es el turismo urbano popular?/Did You know what is the popular urban tourism?

Si/Yes _____ No _____ Explique/Explain _____

3. ¿Conoce el programa turístico llevado a cabo en las favelas de Brasil?/ Did you meet the tourist program carried out in the favelas of Brazil?

Si/Yes _____ No _____ Explique/Explain _____

4. ¿Ha visitado Ecuador?/ Has you visited Ecuador?

Si/Yes _____ No _____ ¿Qué puntos?/Which points? _____

5. ¿Ha visitado Guayaquil?/Has you visited Guayaquil?

Si/Yes _____ No _____ ¿Qué puntos?/Which points? _____

6. ¿Conoce las zonas urbanas populares de Guayaquil?/ Do you know the popular urban areas of Guayaquil?

Si/Yes _____ No _____ ¿Qué puntos?/Which points? _____

7. ¿Le gustaría poder incursionar dentro de estas zonas y compartir su riqueza multicultural?/
Would you like to be able to venture into these areas and share its multicultural richness?

Si/Yes ____ No ____ Explique/Explain_____

8. ¿Qué le parecería un programa turístico que le permita incursionar dentro de estas zonas con total seguridad y resguardo?/ How about a tour program that allows you to venture into these areas with total security and shelter?

Si/Yes ____ No ____ Opine/ Give us your opinion_____

9. ¿Estaría dispuesto a contratar dicho programa turístico en su visita a Guayaquil?/ Would you be willing to hire the tour program during your visit to Guayaquil?

Si /Yes ____ No ____ Por qué/Why?_____

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por dicho programa? (por persona, incluido transporte, alimentación/refrigerio, seguridad, suvenir)/ How much would you be prepared to cancel by that tourist program? (per person, including transportation, food/lounch, security, souvenir)

\$ 20-30 ____ \$ 31-40 ____ \$ 41-50 ____.

11. ¿Qué sugerencia podría dar respecto al tema?/ What suggestion could give on the subject?

_____.

_____.

Encuesta para instituciones públicas



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

La presente encuesta es llevada a cabo por un estudiante de la UTPL perteneciente a la escuela de administración de empresas, como investigación de campo para el proceso de titulación de Master en Gestión y Desarrollo Social.

1. Institución _____ Área de acción _____

2. ¿Sabe usted lo que es el turismo urbano popular?

Si _____ No _____ Explique _____

3. ¿Conoce el programa turístico llevado a cabo en las favelas de Brasil?

Si _____ No _____ Explique _____

4. ¿Conoce las zonas urbanas populares de Guayaquil?

Si _____ No _____ Qué puntos _____

5. ¿Qué le parecería un programa turístico que permitiera al turista extranjero incursionar dentro de estas zonas con total seguridad y resguardo?

Si _____ No _____ Opine _____

6. ¿Desde su cargo apoyaría la creación de un programa turístico que incursione dentro de estas zonas y permita al turista compartir su riqueza multicultural?

Si ____ No ____ Explique_____

7. ¿La institución a la que pertenece podría apoyar a la sociedad de estos barrios con cursos y capacitaciones sociales, artísticas y demás afines al programa planteado?

Si ____ No ____ Explique_____

8. ¿Qué sugerencia podría dar respecto al tema?

_____.

_____.

Encuesta para agencias turísticas



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

La presente encuesta es llevada a cabo por un estudiante de la UTPL perteneciente a la escuela de administración de empresas, como investigación de campo para el proceso de titulación de Master en Gestión y Desarrollo Social.

1. Tiempo en el mercado _____ Localización _____

2. ¿Sabe usted lo que es el turismo urbano popular?

Si _____ No _____ Explique _____

3. ¿Conoce el programa turístico llevado a cabo en las favelas de Brasil?

Si _____ No _____ Explique _____

4. ¿Conoce las zonas urbanas populares de Guayaquil?

Si _____ No _____ Qué puntos _____

5. ¿Qué le parecería un programa turístico que permitiera al turista extranjero incursionar dentro de estas zonas con total seguridad y resguardo?

Si _____ No _____ Opine _____

6. ¿Le gustaría poder vender un programa turístico que incursione dentro de estas zonas y permita compartir su riqueza multicultural?

Si _____ No _____ Explique _____

7. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a recibir por la venta de este programa? (por persona, incluido transporte, alimentación/refrigerio, seguridad, souvenir)

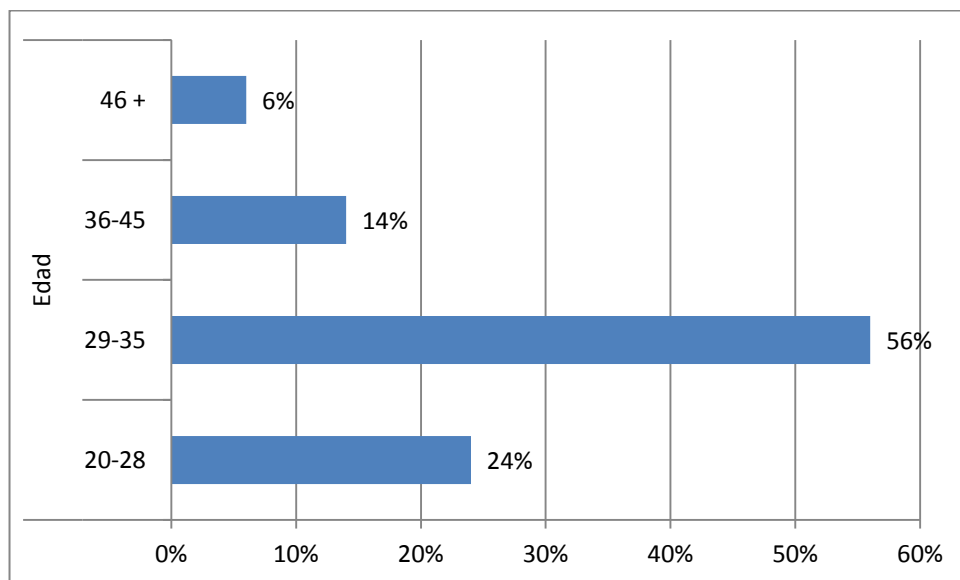
15-20% ____ 21-25% ____ 26-30% ____.

8. ¿Qué sugerencia podría dar respecto al tema?

E. Gráficos de Investigación de Mercado

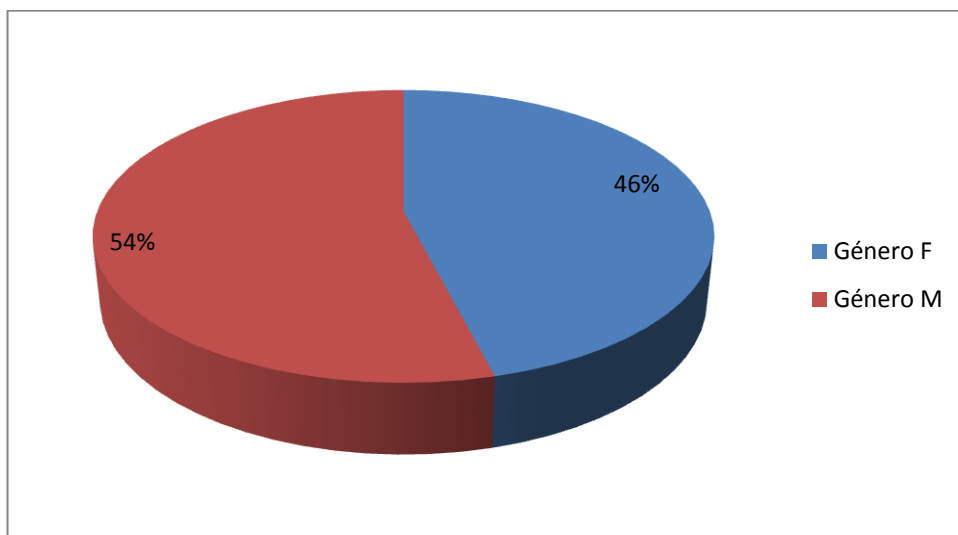
Resultados encuesta para turistas extranjeros.

Ilustración 27 Encuestas turistas, primera pregunta – Rango de edades



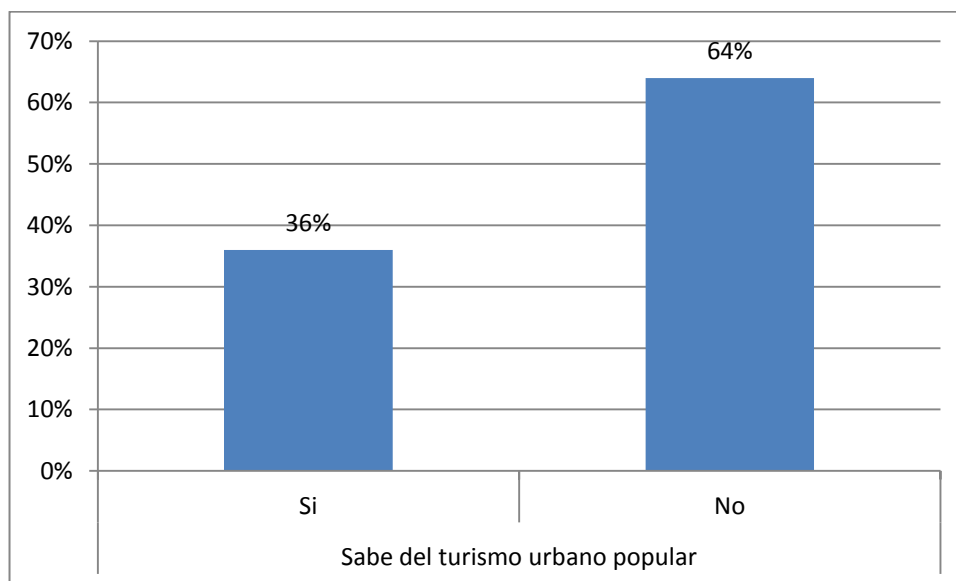
Elaboración: Autor del proyecto.

Ilustración 28 Encuestas turistas, primera pregunta – Géneros encuestados



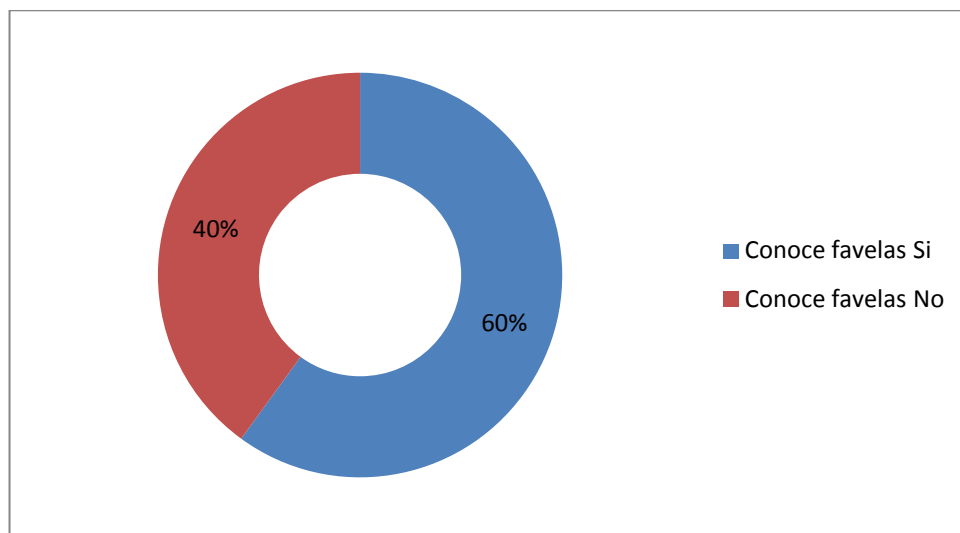
Elaboración: Autor del proyecto.

Ilustración 29 Encuestas turistas, segunda pregunta – Sabe del turismo urbano popular



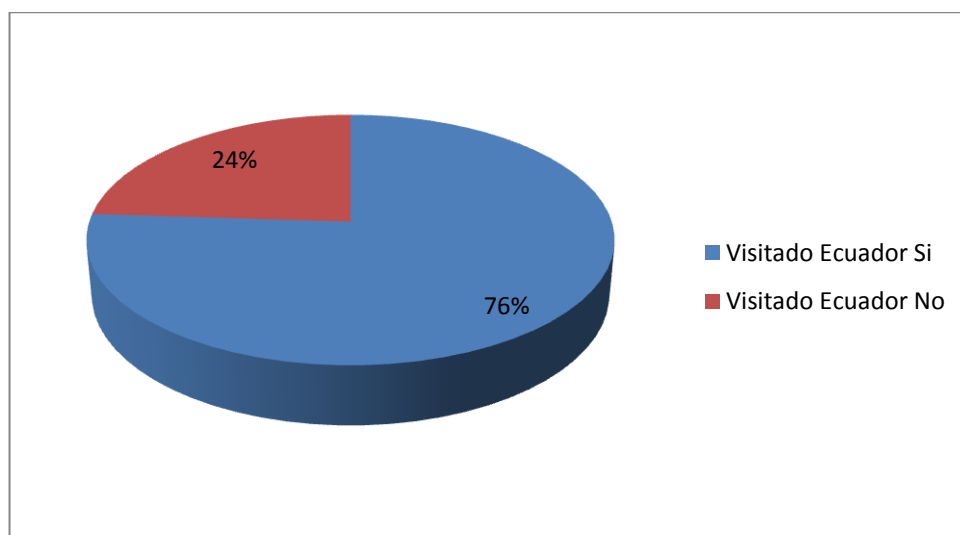
Elaboración: Autor del proyecto.

Ilustración 30 Encuestas turistas, tercera pregunta – Conocimiento de turismo en favelas de Brasil



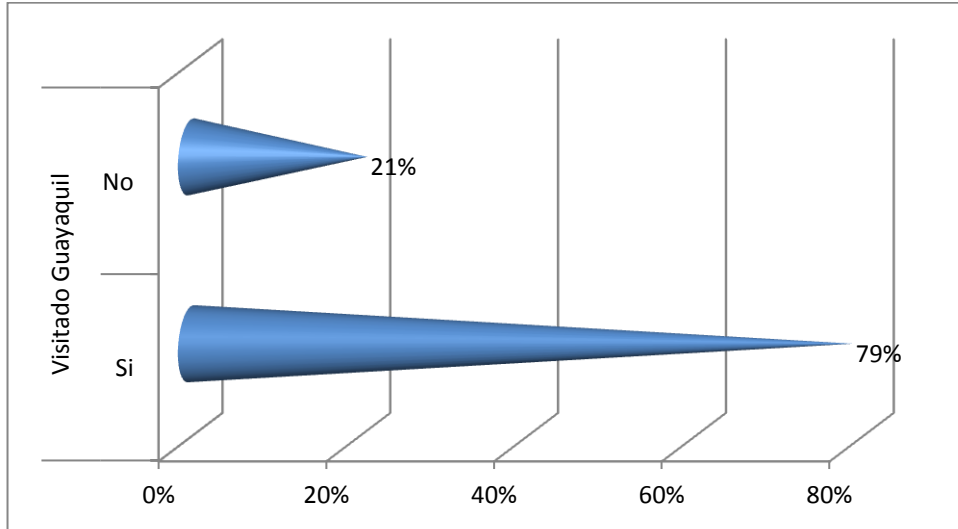
Elaboración: Autor del proyecto.

Ilustración 31 Encuestas turistas, cuarta pregunta – Ha visitado Ecuador



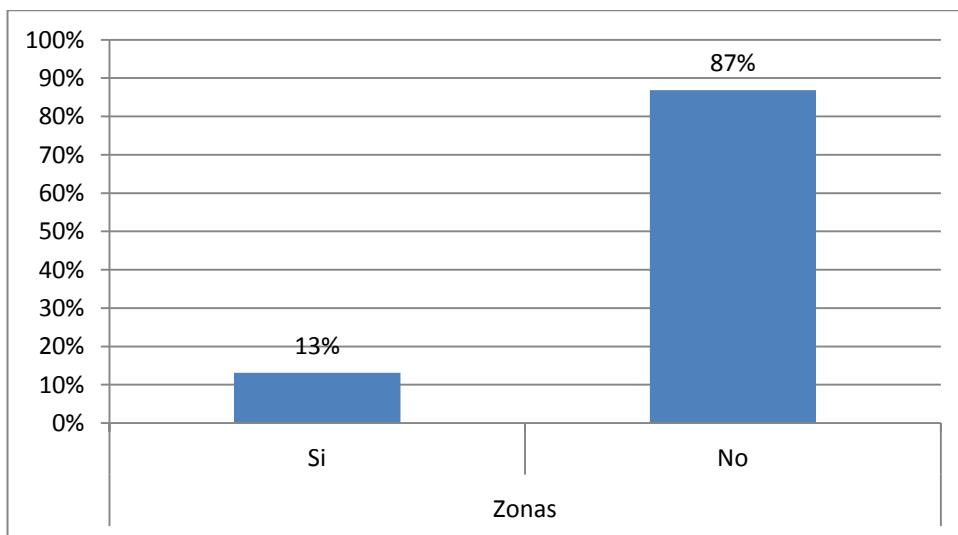
Elaboración: Autor del proyecto.

Ilustración 32 Encuestas turistas, quinta pregunta – Ha visitado Guayaquil



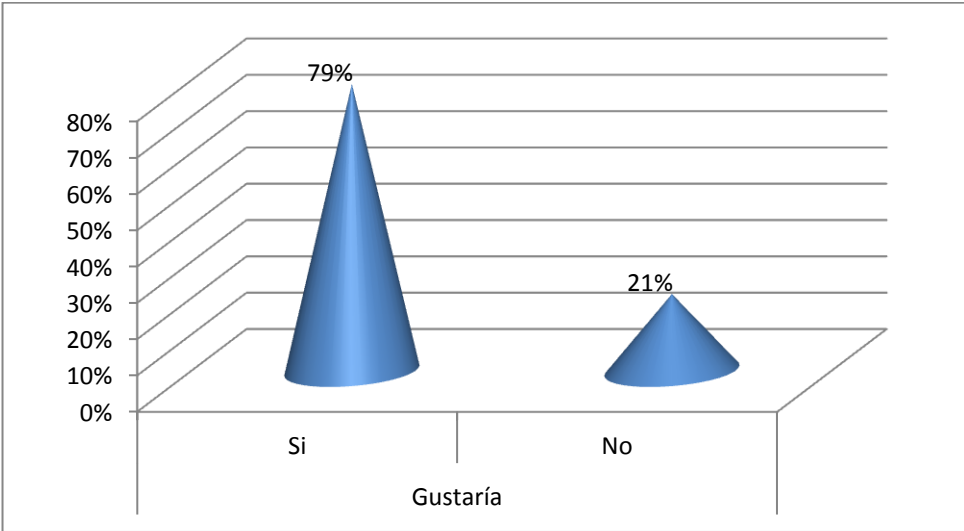
Elaboración: Autor del proyecto.

Ilustración 33 Encuestas turistas, sexta pregunta – Conocimiento de zonas urbano populares de Guayaquil



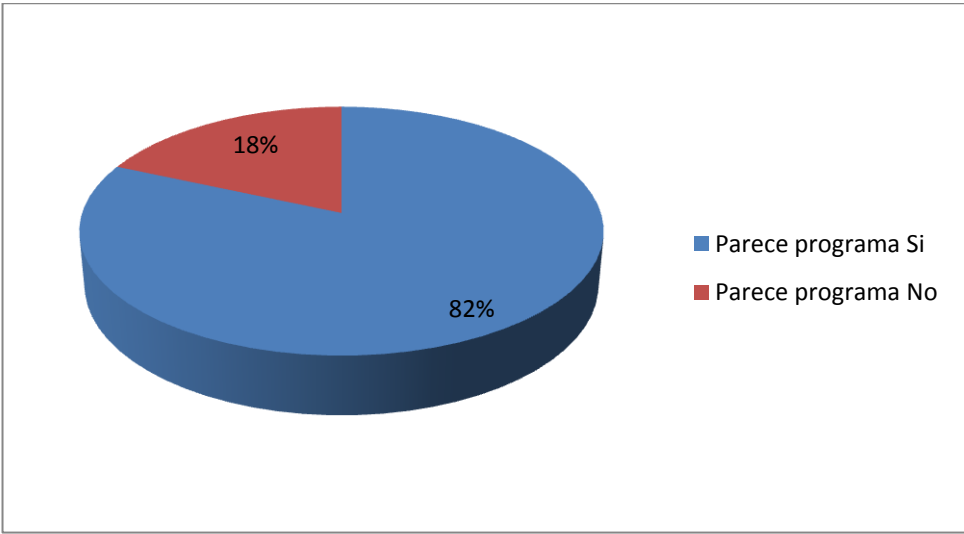
Elaboración: Autor del proyecto.

Ilustración 34 Encuestas turistas, séptima pregunta – Interés en incursionar zonas



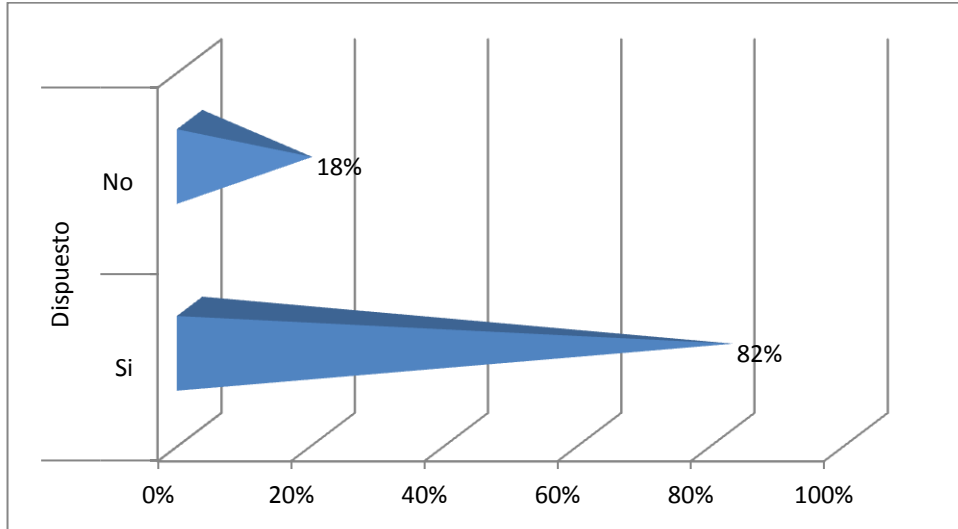
Elaboración: Autor del proyecto.

Ilustración 35 Encuestas turistas, octava pregunta – Aprobación turismo urbano popular en la ciudad



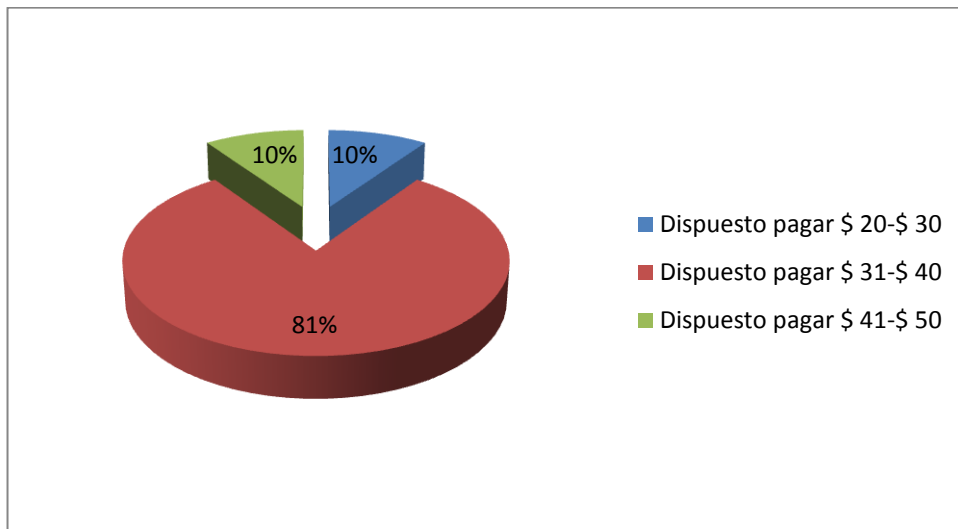
Elaboración: Autor del proyecto.

Ilustración 36 Encuestas turistas, novena pregunta – Decisión de contratar



Elaboración: Autor del proyecto.

Ilustración 37 Encuestas turistas, décima pregunta – Valor a cancelar



Elaboración: Autor del proyecto.