



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

Facultad de Ingeniería Marítima y Ciencias del Mar

"Guayaquil: Un Enfoque Estadístico de la Demanda
en el Sector Turístico"

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del título de:
Licenciado en Turismo

Presentado por:
Luis Alfonso Crespo Cedeño



A.F. 135639

Guayaquil - Ecuador

2003

380.14591
CRE



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE INGENIERIA MARITIMA Y CIENCIAS DEL MAR

**“GUAYAQUIL: UN ENFOQUE ESTADISTICO DE LA DEMANDA EN EL
SECTOR TURISTICO”**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN TURISMO

PRESENTADO POR

LUIS ALFONSO CRESPO CEDEÑO

GUAYAQUIL - ECUADOR

2003

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la fuerza y constancia necesaria para seguir adelante.

A mis padres que siempre me incentivaron y dieron su apoyo incondicional para culminar con éxito este trabajo.


A mi director de tesis, Ing. Guillermo Villafuerte, por sus conocimientos y dirección.

Al Eco. Ricardo Patiño Aroca por su ayuda y total disposición.


DEDICATORIA


A Dios y
A mis padres

TRIBUNAL DE GRADUACION


Ing. Bolivar Vaca
Presidente del Tribunal


Ing. Guillermo Villafuerte
Director de Tesis


Ing. Jorge Fayton
Miembro Principal


Lcda. Jazmin Verdezoto
Miembro Principal

DECLARACION EXPRESA

“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestos en ésta tesis, me corresponden exclusivamente; y, el patrimonio intelectual de la misma, a la **ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL**”.



Luis Alfonso Crespo Cedeño

RESUMEN

Guayaquil se proyecta como una ciudad potencialmente turística, tanto a nivel nacional como internacional. Basados en registros de ingresos de visitantes a Ecuador y la ciudad de Guayaquil, se reflejan incrementos anuales de entradas de visitantes nacionales e internacionales a la ciudad. El incremento de divisas al país y a la ciudad de Guayaquil, según lo demuestran las cuentas nacionales, es otro factor importante que muestra la relevancia del turismo en la ciudad convirtiéndose en una de las principales fuentes de ingreso para Guayaquil.

En el desarrollo del trabajo, basados en los resultados obtenidos por los visitantes, demuestra que el turismo es la principal motivación que tienen los turistas en la ciudad de Guayaquil, su poder adquisitivo los lleva al consumo de servicios y su desarrollo. Tanto turistas nacionales como internacionales ven en la ciudad de Guayaquil atractivos dignos de visitar. La satisfacción que tienen los turistas los lleva al retorno a la ciudad y el ingreso de nuevos visitantes que se incrementan año a año. Es así como se demuestra que el turismo es una fuente importante de ingresos a la ciudad de Guayaquil que será uno de los principales motivos de visita a Ecuador.

INDICE GENERAL

INTRODUCCION	14
I. ANTECEDENTES: GUAYAQUIL COMO DESTINO TURISTICO	15
1.1. El turismo como actividad social en Guayaquil	15
1.2. El turismo como actividad económica en Guayaquil	20
1.3. Inventario general de sitios turísticos en Guayaquil	23
II. LA DEMANDA: UN ENFOQUE DEL SECTOR TURISTICO EN GUAYAQUIL	39
2.1. Definiciones: mercado potencial, oferta y demanda	39
2.2. Las determinantes de la demanda turística de Guayaquil.....	40
2.3. Segmentación de la demanda turística de Guayaquil	48
2.4. Demanda turística en Guayaquil	50
III. ANALISIS ESTADISTICO: TURISMO EN GUAYAQUIL	56
3.1. Conceptos básicos estadísticos	56
3.2. Tendencia histórica - Entradas y Salidas de ecuatorianos y extranjeros 1995 – 2001	59
3.3. Tendencia histórica - Ingresos y Egresos generados por el turismo en Guayaquil 1995 – 2002	64
IV. ESTUDIO DEL PERFIL DEL TURISTA NACIONAL E INTERNACIONAL	68
4.1. Objetivo del estudio	68
4.2. Metodología a utilizar	70
4.2.1. Diseño del cuestionario	70
4.2.2. Diseño del muestreo	82

4.3. Resultados del estudio estadístico	83
4.4. Perfil del turista nacional	102
4.5. Perfil del turista internacional	109
4.6. Realización de propuesta	116
CONCLUSIONES	118
RECOMENDACIONES	121
ANEXOS	124
BIBLIOGRAFIA	148

INDICE DE FOTOS

Foto No. 1.- Iglesia San José.....	23
Foto No. 2.- Iglesia San Francisco.....	24
Foto No. 3.- Iglesia La Victoria.....	24
Foto No. 4.- Iglesia San Agustín.....	24
Foto No. 5.- Iglesia La Catedral.....	25
Foto No. 6.- Cementerio General.....	25
Foto No. 7.- Edificio ECAPAG.....	25
Foto No. 8.- Edificio Diario El Universo.....	26
Foto No. 9.- Residencia Sr. Toala.....	26
Foto No. 10.- Edificio Juan Eljuri.....	26
Foto No. 11.- Edificio Cuerpo de Bomberos.....	27
Foto No. 12.- Edificio II Zona Militar.....	27
Foto No. 13.- Palacio de la Gobernación.....	27
Foto No. 14.- Palacio Municipal.....	28
Foto No. 15.- Edificio Corasa.....	28
Foto No. 16.- Reloj Público (Torre Morisca).....	28
Foto No. 17.- Museo Municipal de Guayaquil.....	29
Foto No. 18.- Museo Memorial Coronel Félix Luque y Plata.....	29
Foto No. 19.- Museo Memorial Bae Calderón.....	29
Foto No. 20.- Museo Arqueológico de la Casa de la Cultura Ecuatoriana.....	30
Foto No. 21.- Museo Antropológico del Banco Central.....	30

Foto No. 22.- Museo Nahím Isaías.....	30
Foto No. 23.- La Rotonda.....	31
Foto No. 24.- Edificaciones Antiguas.....	31
Foto No. 25.- Iglesia la Merced y Parque Pedro Carbo.....	31
Foto No. 26.- Plaza Sucre.....	32
Foto No. 27.- Plaza San Francisco.....	32
Foto No. 28.- Parque Seminario.....	32
Foto No. 29.- Plaza del Centenario y Columna de Próceres.....	33
Foto No. 30.- Teatro Centro Cívico.....	33
Foto No. 31.- Malecón 2000.....	34
Foto No. 32.- Planetario.....	34
Foto No. 33.- Barrio Las Peñas.....	35
Foto No. 34.- Mercado de Flores.....	35
Foto No. 35.- Jardín Botánico de Guayaquil.....	35
Foto No. 36.- Comidas Típicas (Encebollado de pescado).....	36
Foto No. 37.- La Bahía.....	36
Foto No. 38.- Barrio Las Peñas.....	37
Foto No. 39.- Clásico del Astillero.....	38
Foto No. 40.- Noches Guayaquileñas.....	38

INDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1.- Entrada de Extranjeros.....	61
Cuadro No. 2.- Salida de Extranjeros.....	61
Cuadro No. 3.- Entrada de Ecuatorianos.....	62
Cuadro No. 4.- Salida de Ecuatorianos.....	62
Cuadro No. 5.- Total de visitas a Ecuador.....	63
Cuadro No. 6.- Porcentaje de visitantes a Guayaquil en relación a Ecuador.....	63
Cuadro No. 7.- Balanza de Pagos.....	66
Cuadro No. 8.- Ingreso de divisas a Guayaquil.....	66
Cuadro No. 9.- Porcentaje de incremento anual de ingresos por divisas Guayaquil.....	67

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico No. 1.- Rango de edades	50
Gráfico No. 2.- Nacionalidad	51
Gráfico No. 3.- Motivos de visita	52
Gráfico No. 4.- Actividades turísticas de preferencia	53
Gráfico No. 5.- Lugares de preferencia	54
Gráfico No. 6.- Factores por mejorar	55
Gráfico No. 7.- Sexo	83
Gráfico No. 8.- Rango de edades	84
Gráfico No. 9.- Nacionalidad	85
Gráfico No. 10.- Ocupación	86
Gráfico No. 11.- Nivel de instrucción	86
Gráfico No. 12.- Primera visita a Guayaquil	87
Gráfico No. 13.- Motivo de visita	88
Gráfico No. 14.- Medio de información	89
Gráfico No. 15.- Tipo de alojamiento	90
Gráfico No. 16.- (Grado de Satisfacción) Producto turístico	91
Gráfico No. 17.- (Grado de Satisfacción) Seguridad	91
Gráfico No. 18.- (Grado de Satisfacción) Alojamiento	92
Gráfico No. 19.- (Grado de Satisfacción) Transportación	92
Gráfico No. 20.- (Grado de Satisfacción) Clima	93
Gráfico No. 21.- (Grado de Satisfacción) Comodidad	93

Gráfico No. 22.- (Grado de Satisfacción) Costo	94
Gráfico No. 23.- (Grado de Satisfacción) Imagen ambiental	94
Gráfico No. 24.- (Grado de Satisfacción) Trato especial	95
Gráfico No. 25.- (Grado de Satisfacción) Información disponible	95
Gráfico No. 26.- (Grado de Satisfacción) Limpieza	96
Gráfico No. 27.- Tiempo de estadía	97
Gráfico No. 28.- Promedio de gasto diario	98
Gráfico No. 29.- Actividades turísticas	99
Gráfico No. 30.- Medio de transporte	100
Gráfico No. 31.- Organización del viaje	101
Gráfico No. 32.- (Nacional) Sexo	102
Gráfico No. 33.- (Nacional) Edad	103
Gráfico No. 34.- (Nacional) Ocupación	104
Gráfico No. 35.- (Nacional) Razón de visita	105
Gráfico No. 36.- (Nacional) Gasto diario	106
Gráfico No. 37.- (Nacional) Actividades turísticas	107
Gráfico No. 38.- (Internacional) Sexo	109
Gráfico No. 39.- (Internacional) Edad	110
Gráfico No. 40.- (Internacional) Ocupación	111
Gráfico No. 41.- (Internacional) Razón de visita	112
Gráfico No. 42.- (Internacional) Gasto diario	113
Gráfico No. 43.- (Internacional) Actividades turísticas	114

INTRODUCCION

Guayaquil en los últimos años ha tenido un incremento de visitantes, los cuales tienen distintas motivaciones, gustos y preferencias encontrando en el puerto principal su principal destino. Debido a este movimiento creciente y constatado los ingresos de divisas que cada vez son más altos, se necesita conocer como ha ido evolucionando el turismo en Guayaquil, su importancia en los ingresos de divisas año a año y el impacto positivo que tiene sobre la ciudad tanto en lo económico como en lo social.

El trabajo mostrará los antecedentes de la ciudad, lo que representa el turismo para Guayaquil, como es la demanda, sus determinantes, tendencias históricas en entradas de turistas y divisas y, finalmente se determinará el perfil del turista el cual se basará en una investigación de campo que permitirá conocer sus afinidades y tendencias mostrando así hacia donde se dirige el turismo en la ciudad, cuales son sus atractivos y como se puede mejorar la estadía de los visitantes para un incremento de los mismos y a la vez un desarrollo positivo en la ciudad.

CAPITULO I

ANTECEDENTES: GUAYAQUIL COMO DESTINO TURISTICO

1.1. EL TURISMO COMO ACTIVIDAD SOCIAL EN GUAYAQUIL

El desarrollo que ha tenido Guayaquil con la llegada de extranjeros a través de los años no ha sido precisamente por el turismo, ni ha sido esta actividad la motivación e interés que han tenido estos en el puerto.

En la época colonial el comercio interno y la circulación de mercancías exportables impulsó el establecimiento de nuevas poblaciones y puertas fluviales hacia el interior de la cuenca del Guayas, entre estos Guayaquil. Desde entonces, Guayaquil quedó convertida en la puerta de entrada y salida del país.

Guayaquil desde el tiempo de la colonia fue considerada un puerto de paso, por lo que ha recibido a millones de extranjeros desde sus inicios. Sin embargo, la llegada de estas masas no se podría considerar como visitas por turismo, sino más bien migraciones. Las principales y primeras migraciones extranjeras que recibió Guayaquil fueron de los países de Alemania, China e Italia, creando grandes colonias en la ciudad que con el tiempo se desarrollaron y pasaron a ser parte de la historia de Guayaquil.

El movimiento que tenía Guayaquil como puerto era intenso y las migraciones que recibía del exterior era insólito en siglos pasados. La producción agrícola y el embarque de la producción tanto de la serranía como del Perú tenía su salida por el gran puerto del pacífico, convirtiéndolo en un *lugar atractivo* para empleo. Tanto así que para el año 1764 en toda la América del Sur, solamente existía una ciudad que tenía más habitantes que Guayaquil, siendo esta la ciudad de Lima. Y en ese entonces de toda la población de Guayaquil, el 72% eran de otras latitudes provenientes de Colombia, Chile, Perú, de la serranía del Ecuador, entre sus principales y demás partes del mundo.

Guayaquil fue considerado estratégico debido a su ubicación y su excelente dotación de recursos madereros. Todos llegaban a este puerto porque se encontraban los astilleros más importantes de la época colonial. Había una gran demanda de trabajo ya que por esta ciudad - puerto salían todo lo que

era géneros, es decir, todo lo que se producía en las distintas regiones y lugares continente y porque por aquí entraba el dinero hacia esos sitios. Además fue por este puerto por donde salían las principales exportaciones de cacao.

Hubo épocas en la que se puso énfasis en el desarrollo de la ciudad habiéndose percatado de la importancia del funcionamiento de su puerto como en 1926, año en el cual se caracterizó por una sensible reacción del progreso en Guayaquil, que se advirtió en obras de gran importancia para el desarrollo urbanístico y comercial e inadvertido para el turismo en la ciudad, tales como lo fue:

- Muelle de pasajeros: para facilitar el arribo de los pasajeros, el gobierno habilitó un muelle especial que estaría ubicado frente al palacio Municipal y de la Gobernación.
- Estación del ferrocarril: aunque con carácter provisional fue muy pronto puesto al servicio público el nuevo edificio destinado a la estación del ferrocarril, a la orilla del malecón, que presto toda comodidad a los viajeros que emprendían viajes a las provincias del interior del país.
- Hoteles: en la importante calle Pichincha y frente al Palacio Municipal se terminó la construcción de un suntuoso edificio propiedad de la

Beneficencia Municipal, de estructura de cemento, distribuido en 4 pisos, el que fue destinado a un gran hotel, provisto de toda clase de comodidades y de confort, y que constituyó un orgullo y ornato de esta metrópoli.

Poco a poco a través de los años se ha ido sintiendo este fenómeno en crecimiento entre los habitantes de la urbe, y llevando a una reflexión de a qué se debe y qué es lo que se requiere hacer con respecto a esta evolución. No siendo indiferentes a esta actividad de gran crecimiento es cuando se han tomado las primeras acciones para convertir a Guayaquil en una ciudad turística, muestra de ello es que recién en el año 2001 sale la primera guía oficial turística de la ciudad.

Se necesitaban tomar decisiones y es durante la alcaldía del Ing. León Febres Cordero que se realizaron proyectos culturales para rescatar la identidad de los guayaquileños, desde entonces comenzó a modelarse un perfil turístico, no solamente de *negocios o ecológico*, sino también *cultural* para que Guayaquil presentara varias opciones y alternativas tanto al turismo nacional como al turismo extranjero.

El embellecimiento que surge en Guayaquil en estos últimos años, no es una necesidad social, es una necesidad económica ya que tanto los organismos seccionales, municipio, prefectura, gobernación, como la empresa privada han llegado a convencerse y tener la plena convicción de que una de las más

serias posibilidades de crecimiento de Guayaquil y sus alrededores es a través de la explotación del turismo. Transformar a Guayaquil en una ciudad atractiva, bonita, digna de ser caminada y visitada por ecuatorianos y extranjeros es solamente con un fin, convertirla en destino turístico.

En consecuencia, la Cámara Provincial de Turismo del Guayas se ha preocupado por realizar investigaciones sumamente complejas tales como: inventario de la provincia e integración de la ciudadanía en la aportación de ideas en creación de proyectos turísticos, para conocer cuales eran las potencialidades de Guayaquil y sus alrededores. La idea que la Cámara Provincial de Turismo del Guayas pretende desarrollar en la ciudad consiste en que ésta pueda ofrecer en primer lugar un ***turismo comercial y de negocios*** y en segundo lugar el ***turismo ecológico y cultural***.

Proyectos tales como: La construcción de las peatonales, los parquímetros automáticos, la remodelación del terminal terrestre, que busca convertirse en el mejor terminal de la costa del Pacífico, son elementos fundamentales para ofrecer turismo comercial y de negocios. La Regeneración Urbana, el proyecto del Cerro Santa Ana, Malecón 2000 y futuros proyectos tales como: el rescate del Estero Salado, purificación de sus aguas y la construcción del Malecón del Salado, de aproximadamente 6 Km. (casi el doble del Malecón 2000). Además la reestructuración integral del Barrio Las Peñas que contempla una conexión desde la vieja vía de la cervecería hacia el lado de

la ciudadela Atarazana serán opciones y alternativas para ofrecer turismo ecológico y cultural.

Todos estos proyectos van a cambiar la fisonomía de la urbe. Los resultados no se pueden ver aún porque son proyectos a mediano y largo plazo. Ha empezado un proceso de concientización turística, con la cual los guayaquileños están empezando a entender como se puede aprovechar este flujo de extranjeros y visitantes de otros sectores del país.

La educación en institutos superiores contribuye de manera excepcional en el desarrollo de profesionales en la materia y en la creatividad y formación de proyectos turísticos a desarrollar en la ciudad para poder captar y formar un mercado en el que se pueda satisfacer de la mejor manera con una futura oferta de calidad.

1.2. EL TURISMO COMO ACTIVIDAD ECONOMICA EN GUAYAQUIL

Es imposible no percatarse del gran movimiento turístico que se está observando alrededor de los continentes y su impacto en la economía en los sectores terciarios llegando en algunos países como: Costa Rica, España, Francia, a convertirse en su principal fuente de ingresos y pilar principal en la economía nacional. Podemos decir que a Guayaquil recién estamos

preparándola para ofrecerla como un destino turístico que conlleve a la generación de ingresos monetarios para su municipio y el país.

Es así como en el año de 1992, la alcaldía del Ing. León Febres Cordero toma la iniciativa en la reurbanización de Guayaquil y la construcción de grandes obras como lo es el Malecón 2000 convirtiéndose en uno de los principales atractivos turísticos que posee en este momento la ciudad y diversas obras de carácter imperativo como lo fueron pasos a desniveles y acueductos, distribuciones y notarización de lotes en los sectores marginales de la urbe para una mejor organización.

Siendo Guayaquil una ciudad que se ha caracterizado a lo largo de la historia hasta el presente por su gran movimiento comercial y siendo el mismo su principal fuente de ingreso es que el M.I. Municipio de Guayaquil en el año 2000, bajo la dirección de su alcalde el Ab. Jaime Nebot Saadi, en continuación con los esfuerzos realizados con la anterior alcaldía, se propone desarrollar el turismo en el puerto como una de sus principales fuentes de ingresos promocionándola como una ciudad para realizar turismo comercial y cultural.

El turismo es una actividad económica que requiere de inversiones, pero es una gran fuente generadora de empleo que beneficia a todos los sectores y medios aledaños que forman parte de la planta turística, tales como: los

hoteles, restaurantes, agencias de viajes, centros comerciales, medios de transporte, centros de entretenimiento, etc. Como prueba de esto podemos observar el desarrollo de uno de los grandes atractivos que posee en este momento Guayaquil, como lo es el Malecón 2000, el cual con una inversión de setenta y cinco millones de dólares generó en su construcción veinte mil plazas de trabajo, y culminada la obra, el proyecto en funcionamiento es generador de empleo de mil cien personas clasificadas en las distintas áreas que requiere el Malecón 2000 para su normal funcionamiento y dirección, como lo son: personal de seguridad, restaurantes, locales comerciales, personal de mantenimiento, y todo el personal administrativo.

Otra muestra que refleja los cambios positivos y desarrollo económico generado por el turismo es la transformación que tuvo "Las Escalinatas" (Barrio Las Peñas) que anteriormente se reflejaba como un tugurio insalubre, deprimido económicamente y socialmente inseguro sin servicios básicos, con una escalinata elemental de acceso. Hoy se ha convertido en un enclave turístico en crecimiento, un atractivo para la ciudad, obteniendo un desarrollo económico para los habitantes gracias a un programa de concientización y la participación de los mismos en la creación de distintos servicios a ofrecer como: restaurantes, pequeñas galerías y venta de recuerdos y artesanías folklóricas, mejorando así su estilo de vida y generando plazas de trabajo. Todos estos proyectos conllevan a un mismo objetivo, la transformación de Guayaquil.

Se espera que para el año 2005 Guayaquil esté transformada en una ciudad turística en donde se pueda transitar libremente a pie por todos los sectores comerciales y atractivos culturales que posee, en los cuales los turistas deambularán y dejarán aportes monetarios por sus transacciones hechas por los distintos productos que se les pueda ofrecer.

1.3. INVENTARIO GENERAL DE SITIOS TURISTICOS EN GUAYAQUIL

MANIFESTACIONES CULTURALES - HISTORICAS

ARQUITECTURA RELIGIOSA

Iglesia San José

Ubicación: Eloy Alfaro y Manabí. (Ver Foto
No.1)

Foto No. 1



Iglesia San José

Foto No. 2

Iglesia San Francisco

Ubicación: Pedro Carbo y Av. 9 de Octubre.

(Ver Foto No.2)

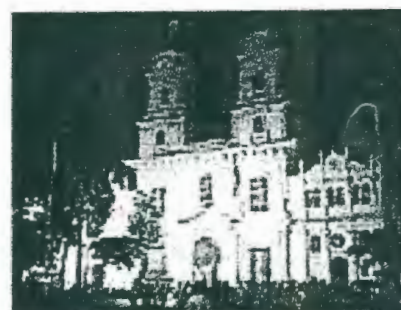
**Iglesia San Francisco**

Foto No. 3

Iglesia La Victoria (Iglesia del Corazón de María)

Ubicación: Av. Quito e/ 10 de agosto y
Clemente Ballén. (Ver Foto No.3)

**Iglesia La Victoria**

Foto No. 4

Iglesia San Agustín

Ubicación: Urdaneta y Pedro Carbo. (Ver
Foto No.4)

**Iglesia San Agustín**

Foto No. 5

Iglesia La Catedral

Ubicación: Chimborazo entre 10 de Agosto
y Clemente Ballén. (Ver Foto No.5)



Iglesia La Catedral

Foto No. 6

Cementerio General

Ubicación: Julián Coronel, falda del Cerro
del Carmen. (Ver Foto No.6)



Cementerio General

ARQUITECTURA CIVIL

Edificio ECAPAG

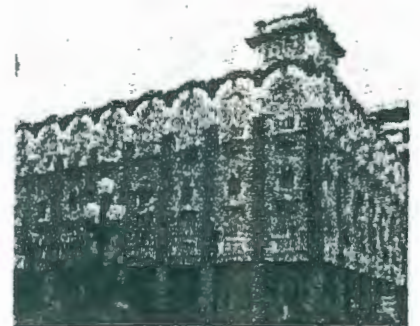
Ubicación: Pichincha y Clemente Ballén.

(Ver Foto No.7)



BIBLIOTECA

Foto No. 7



Edificio ECAPAG

Foto No. 8

Edificio Diario El Universo

Ubicación: Escobedo y Av. 9 de Octubre.

(Ver Foto No.8)



Edificio Diario El Universo

Foto No. 9

Residencia Sr. Toala

Ubicación: Av. 9 de Octubre y Escobedo.

(Ver Foto No.9)



Residencia Sr. Toala

Foto No. 10

Edificio Juan Eljuri

Ubicación: Boyacá y Av. 9 de Octubre. (Ver

Foto No.10)



Edificio Juan Eljuri

Foto No. 11

Edificio Cuerpo de Bomberos - Jefatura

Ubicación: Av. 9 de Octubre e/ Escobedo y

Boyacá. (Ver Foto No.11)



Edificio Cuerpo de Bomberos

Foto No. 12

Edificio II Zona Militar

Ubicación: Av. 9 de Octubre y Lorenzo de

Garaicoa. (Ver Foto No.12)



Edificio II Zona Militar

Foto No. 13

Palacio de la Gobernación

Ubicación: Malecón Simón Bolívar y Aguirre.

(Ver Foto No.13)

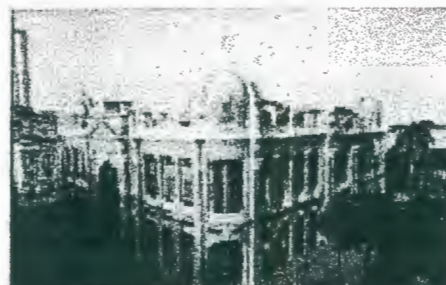


Palacio de la Gobernación

Foto No. 14

Palacio Municipal

Ubicación: Malecón Simón Bolívar y 10 de Agosto. (Ver Foto No.14)



Palacio Municipal

Foto No. 15

Edificio Corasa

Ubicación: Elizalde y Malecón Simón Bolívar. (Ver Foto No.15)



Edificio Corasa

Foto No. 16

Reloj Público (Torre Morisca)

Ubicación: Malecón Simón Bolívar y 10 de Agosto. (Ver Foto No.16)



Torre Morisca

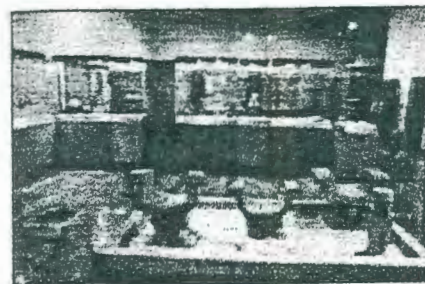
MUSEOS

Museo Municipal de Guayaquil

Ubicación: Sucre entre Chile y Pedro Carbo.

(Ver Foto No. 17)

Foto No. 17



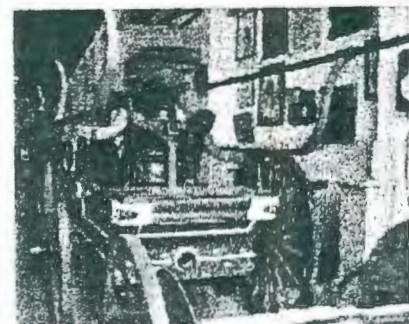
Museo Municipal de Guayaquil

Museo Memorial Coronel Félix Luque Plata

Ubicación: Barrio Las Peñas junto a la Plaza

Colón. (Ver Foto No. 18)

Foto No. 18



Museo Memorial Cmel. Félix Luque Plata

Museo Memorial Bae Calderón

Ubicación: Eloy Alfaro y Cañar. (Ver Foto

No. 19)

Foto No. 19

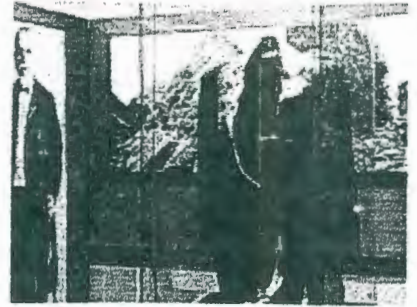


Museo Memorial Bae Calderón

Foto No. 20

Museo Arqueológico de La Casa de la
Cultura Ecuatoriana

Ubicación: Av. 9 de Octubre y Pedro
Moncayo. (Ver Foto No.20)



Museo Arqueológico de la Casa
de la Cultura Ecuatoriana

Foto No. 21

Museo Antropológico del Banco Central

Ubicación: Malecón Simón Bolívar (Malecón
2000 – Maac). (Ver Foto No21)

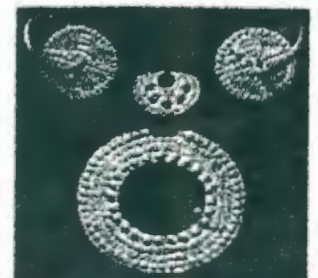


Museo Antropológico del
Banco Central

Foto No. 22

Museo Colonial Turístico Nahín Isaiás

Ubicación: Clemente Ballén y Pichincha.
(Ver Foto No.22)



Museo Colonial Turístico
Nahim Isafas

SECTOR HISTORICO

La Rotonda (monumento a Simón Bolívar y San Martín, "Malecón 2000")

Ubicación: Malecón Simón Bolívar y Av. 9 de Octubre. (Ver Foto No.23)

Foto No. 23



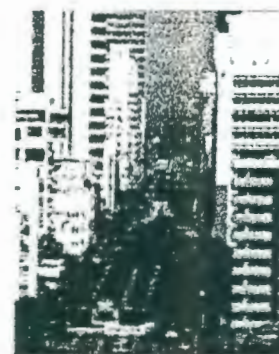
La Rotonda

CONJUNTO PARCIAL

Edificaciones Antiguas. Av. 9 de Octubre

Ubicación: Av. 9 de Octubre entre Malecón Simón Bolívar y Parque Centenario. (Ver Foto No.24)

Foto No. 24

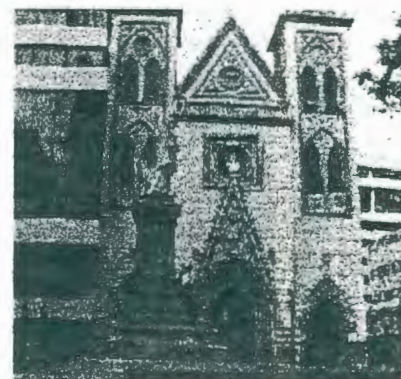


Edificaciones Antiguas

Foto No. 25

Iglesia La Merced y Parque Pedro Carbo

Ubicación: Víctor Manuel Rendón y Pedro Carbo. (Ver Foto No.25)



Iglesia la Merced y
Parque Pedro Carbo

REALIZACIONES TECNICO - CIENTIFICAS

PARQUES RECREACIONALES

Plaza Sucre

Ubicación: Malecón Simón Bolívar. (Ver Foto No.26)



Plaza Sucre

Foto No. 27

Plaza San Francisco (Monumento a Vicente Roca fuerte)

Ubicación: Pedro Carbo y Av. 9 de Octubre.
(Ver Foto No.27)



Plaza San Francisco

Foto No. 28

Parque Seminario

Ubicación: se encuentra rodeado por las calles; 10 de Agosto, Clemente Ballén, Chile, y Chimborazo. (Ver Foto No.28)



Parque Seminario

Foto No. 29

Plaza del Centenario y Columna de Próceres

Ubicación: se encuentra rodeado por las calles; Víctor Manuel Rendón, Lorenzo de Garaicoa, Vélez y Pedro Moncayo. (Ver Foto No.29)



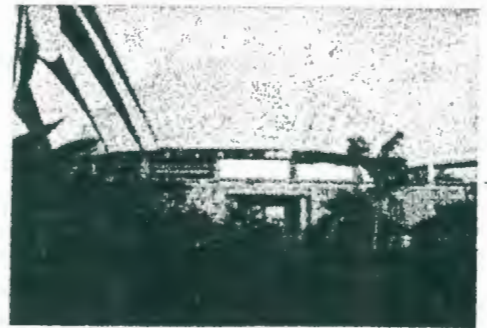
Plaza del Centenario y
Columna de Próceres

OBRA TECNICA

Teatro Centro Cívico

Ubicación: Av. Quito y Venezuela. (Ver Foto No.30)

Foto No. 30



Teatro Centro Cívico

Foto No. 31

Malecón 2000

- Plaza de Integración
- Bahía Malecón
- Plaza Cívica
- Jardines del Malecón
- Maac



Malecón 2000

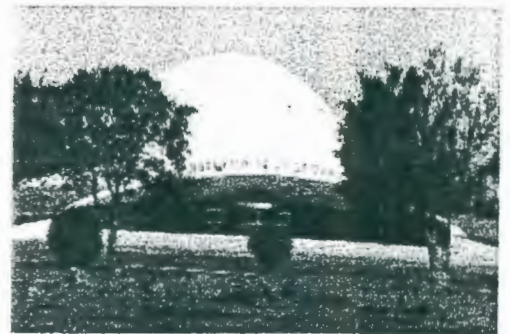
Ubicación: Malecón Simón Bolívar. (Ver Foto No.31)

CENTRO CIENTIFICO TECNICO

Foto No. 32

Planetario

Ubicación: Av. 25 de Julio y Av. Martha Bucaram de Roldós. (Ver Foto No.32)



Planetario

REACTIVACION URBANA

Barrio Las Peñas

- Calle Numa Pompilio Llona.
- Escalinatas Diego Noboa (Cerro Santa Ana)

Ubicación: Malecón Simón Bolívar y General Vernaza. (Ver Foto No.33)

Foto No. 33



Barrio Las Peñas

Mercado de Flores

Ubicación: Av. Machala y Ontaneda (frente al Cementerio General). (Ver Foto No.34)

Foto No. 34



Mercado de Flores

LUGARES DE OBSERVACION DE FLORA Y FAUNA

JARDINES BOTÁNICOS

Jardín Botánico de Guayaquil

Ubicación: Cerro Colorado, atrás de la ciudadela Las Orquídeas. (Ver Foto No.35)

Foto No. 35



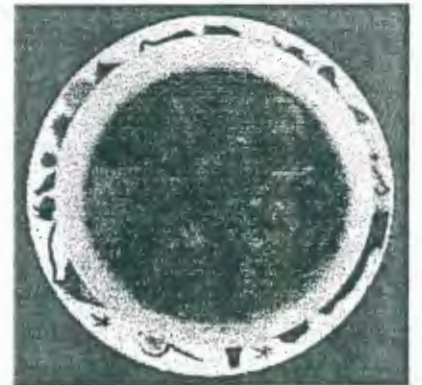
Jardín Botánico de Guayaquil

ETNOGRAFIA

COMIDAS Y BEBIDAS TÍPICAS

Especialidad: caldo de salchicha, arroz con menestra, carne asada y patacones, bollo de pescado, encebollado de pescado, muchín de yuca, bolón de plátano, chuzo de carne, guatita. (Ver Foto No.36)

Foto No. 36



Encebollado de Pescado

FERIAS Y MERCADOS

La Bahía

Ubicación: sobre las calles Villamil, Malecón Simón Bolívar, Huaynacapac, Eloy Alfaro, Av. Olmedo, etc.

Se realiza todos los días. Se venden diversidad de productos que van desde electrodomésticos, ropa, artículos de hogar, medicina, enlatados, licores, etc. (Ver Foto No.37)

Foto No. 37



La Bahía

ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS

FIESTAS

• Conmemoración de la Fundación de Guayaquil

Se realiza el 25 de Julio de cada año. Se expone en el Barrio las Peñas "Calle Numa Pompilio Llona", varios cuadros de distintos pintores y esculturas artísticas. (Ver Foto No.38)

Conmemoración de la Independencia

Se realiza el 9 de Octubre de cada año. El programa consiste en un desfile de las ramas de las Fuerzas Armadas y estudiantiles, festividades barriales como: el palo encebado, bailes populares, carrera de ensacados, encuentros deportivos y por la corrida de toros.

Foto No. 38



Conmemoración Fundación de Guayaquil - Barrio Las Peñas

DEPORTIVOS

Clásico del Astillero "Barcelona VS. Emelec"
Lugar de Realización: estadios "Monumental Isidro Romero Carbo", "George Capwell" y "Modelo de Guayaquil". (Ver Foto No.39)

Foto No. 39



Clásico del Astillero

VIDA NOCTURNA

Noches Guayaquileñas
Ubicación: en el sector norte y centro de la ciudad (Urdesa, Alborada, Garzota, Miraflores, y Centro)
Lugares: casinos, discotecas, peñas, bares, chivas, boleras. (Ver Foto No.40)

Foto No. 40



Noches Guayaquileñas

CAPITULO II

LA DEMANDA: UN ENFOQUE DEL SECTOR TURISTICO EN GUAYAQUIL

2.1. DEFINICIONES: MERCADO POTENCIAL, OFERTA Y DEMANDA

“La demanda individual de un artículo

La cantidad de un artículo que un individuo desee comprar en un periodo determinado, es una función o depende del precio de dicho artículo, del ingreso monetario de la persona, de los precios de otros artículos y de sus gustos” (1).

“La demanda del mercado para un artículo

La demanda del mercado o demanda agregada de un artículo representa las diferentes cantidades del artículo que demandan, a diversos precios, todos los individuos en el mercado en un periodo determinado” (1).

(1) Salvatore Dominick, Microeconomía, Pág. 3,18,19,20,22

“La oferta del producto individual de un artículo

La cantidad de un artículo que un productor individual está dispuesto a vender en un periodo determinado es una función o depende del precio del artículo y de los costos de producción del productor” (1).

“La oferta del mercado de un artículo

La oferta del mercado u oferta agregada de un artículo representa las diferentes cantidades del artículo que ofrecen a diversos precios, todos los productores de este artículo en el mercado en un periodo determinado” (1).

“Mercado

Un mercado es el lugar o conjunto de lugares donde los compradores y vendedores compran y venden bienes, servicios y recursos. Existe un mercado para cada bien, servicio y recurso que se compre o venda en la economía” (1).

2.2. LAS DETERMINANTES DE LA DEMANDA TURISTICA DE GUAYAQUIL.

- ***Estado de la planta turística***

Actualmente Guayaquil posee una planta turística preparada para recibir a turistas de diferentes partes del mundo. Aunque queda mucho camino por reforzarla, podemos darnos cuenta que desde principios de los años noventa, Guayaquil ya cuenta con una planta hotelera de lujo, muestra de ello fue la llegada de cadenas hoteleras internacionalmente conocidas tales como: Hilton Colón, Four Points Sheraton, Hampton Inn y la ya existente Oro Verde, abriendo las puertas al turismo de negocios. La presencia de estos grandes

hoteles hace de Guayaquil una ciudad preparada para dar servicio de primera calidad a los clientes más exigentes.

En Guayaquil encontramos restaurantes de comida nacional e internacional. Dentro de los restaurantes de comida internacional se encuentran la italiana, japonesa, árabe, china, francesa, y muchas más que logran satisfacer los gustos de todos los turistas que visitan la ciudad. Una nueva tendencia nació hace un par de años con la instalación de cafeterías en la ciudad. Ahora las encontramos en gran cantidad y constituyen un lugar de gran afluencia, ya que está dirigido a turistas en general y a los propios habitantes de la ciudad.

Los centros comerciales constituyen un lugar de entretenimiento para ser visitado, ya que poseen salas de cine, plazoletas de comida, salas de juego. Además algunos ofrecen facilidades al turista como: farmacias, agencias de viajes, supermercados, etc.

Las agencias de viajes, mayoristas y operadoras han comenzado a crear paquetes para visitar exclusivamente Guayaquil, y además incluir a esta ciudad en los paquetes que promocionan al Ecuador entero.

- **Seguridad**

A Guayaquil se la ha denominado como una ciudad con un índice delictivo muy elevado. Los turistas también han sido víctimas de los asaltos, lo que produjo numerosas demandas a sus embajadas. Esto convertía a Guayaquil en una ciudad que no ofrecía seguridad al turista. Las embajadas se encargaban de comunicar a sus países respectivos el peligro de la ciudad y poco a poco Guayaquil se fue encasillando como un peligroso destino de visita al pedir sugerencias de destinos turísticos.

Actualmente Guayaquil en un esfuerzo conjunto con la municipalidad y las fuerzas del orden, desde las administraciones del Ing. León Febres Cordero y el Ab. Jaime Nebot Saadi, han habilitado y preparado escuadrones como "Mas Seguridad", y "Policía Metropolitana", los cuales están ubicados en distintos sectores de la urbe y tienen la responsabilidad de mantener seguridad en la ciudad. Esto se incrementó aún más en el gobierno del ex presidente Dr. Gustavo Noboa Bejarano, el cual incentivó a las fuerzas del orden dándoles más respaldo y asegurando a sus familias con indemnizaciones, en caso de decesos y, proveyéndolos de los equipos adecuados para el cumplimiento de su labor.

- **Fenómenos naturales.**

Este factor se refiere a hechos que afectan al turismo de Guayaquil, y que los responsables son sucesos tales como: temblores, climas no apropiados, fuertes lluvias, etc.

Guayaquil durante algunos años se vio afectado y perdió muchas visitas por el conocido fenómeno de *El Niño*, tal como ocurrió en el año 1982 y en el año 1998. Con la presencia de este fenómeno el turismo se ve afectado debido a los cambios que sufre la ciudad y el país entero; sus calles inundadas, deslaves que provocan la pérdida de millones de dólares en su economía, son razones importantes para que el turismo se dirija hacia otros destinos.

- **Medios de Comunicación**

Uno de los factores más importantes en la determinación de los turistas para elegir un punto de destino, sin duda son los medios de comunicación que se encargan de mostrar todo aquello que se puede conocer y disfrutar en el país y ciudad de destino.

Guayaquil no se había dado a conocer como un destino turístico por su situación social, el cual hasta el momento había tenido una aparición ínfima y lo poco que se podía obtener era malas referencias. Guayaquil llegó a

estar ante los ojos del mundo según encuestas, entre las diez ciudades más peligrosas y por ende lugar no recomendado para visitar.

Desde el año 1992 con el cambio de administración del M.I. Municipio de Guayaquil se empezó una reorganización del mismo y la creación de planes para hacer reaparecer la ciudad como el gran puerto de importancia que siempre representó en el curso de la historia.

No obstante los esfuerzos y el gran trabajo que se propuso aquella administración y, que sigue en los actuales momentos, la mal conocida reputación de la ciudad seguía difundiéndose a través de libros y guías generales.

Sin embargo entre las obras y transformación que estaba experimentando la ciudad, se empezó una campaña de promoción a nivel nacional en canales televisivos, donde se informaba y mostraba las obras que se estaban llevando a cabo en la urbe e impulsaba a los ciudadanos en planes de limpieza barriales y así también se levantaba la autoestima del guayaquileño que había decaído. En el año 2002 se lanzó la primera Guía Turística de Guayaquil escrita y dirigida por el Arq. Melvin Hoyos, la cual posee una historia muy específica de la ciudad y con una descripción muy detallada de los atractivos de Guayaquil.

Hoy por hoy gracias a los medios de comunicación, se está llevando al cantón tanto en el interior del país como en el extranjero, con una imagen totalmente distinta, en donde se la muestra atractiva, moderna y de gran relevancia en el país. Las obras hechas son tan imponentes y grandiosas que, son ya ejemplo ante los ojos de países extranjeros que piden asesoría en planes de desarrollo y sustentación como los realizados con éxito en Guayaquil y siendo motivo de orgullo para todos sus habitantes.

- ***Calidad de Servicio***

Una vez iniciado el proceso del consumo del servicio es cuando el turista comienza a formar su criterio de cómo es el trato y lo agradable o desagradable que será su paso por la ciudad, convirtiéndose después en su remanente que es el que comunicará a todos los futuros viajeros que tendrán en mente la posibilidad de incluir a Guayaquil como uno de los puntos a visitar.

Hace pocos años se ha empezado a concientizar sobre el turismo como fenómeno en crecimiento y una de sus principales características que es el servicio. Es así como se enseña a los tratantes en el área turística como se debe trabajar con el visitante y que es lo que se espera de cada uno como ofertantes de un servicio.

Con la llegada de cadenas de restaurantes y más aún de hoteles, se llevan a cabo programas de capacitación y entrenamiento de cómo se debe brindar servicio al turista y la forma adecuada de tratar con él.

Pero el servicio además de ser un intercambio de comportamiento y la forma en que se ofrece y brinda el servicio al visitante, es una cadena que incumbe toda la planta turística, estructura turística de producción, infraestructura y atractivos turísticos, el cual deben estar en perfecto estado para poder ofrecer un lugar como destino turístico. Y es precisamente esto lo que se ha estado trabajando en la ciudad y ha ido cambiando en forma progresiva. Se puede decir que la calidad de servicio de la ciudad se ha incrementado de forma positiva notablemente y no es indiferente para con los turistas que cada vez concurren más e incluyen a Guayaquil como uno de sus destinos a conocer y disfrutar.

- **Precio**

Los precios que se exhiben en el cantón son bajos en relación al ámbito internacional, convirtiendo esto en un factor clave para las preferencias del turista. Aún así, todavía hay personas que al percatarse de la procedencia del consumidor suben exorbitantemente los precios de sus servicios, lo cual causa un impacto al turista, que se da cuenta de la discriminación y el abuso cometido, sin tener algunas veces otra opción que aceptar, no sin llevarse

una mala impresión. Tales incrementos en los precios se presentan en casos como: en las tarjetas de crédito que aumentan hasta el 8% de impuesto por su uso; la tasa aeroportuaria es considerada alta, con un valor de 25 USD; el impuesto al valor agregado (IVA), es otro de los impuesto que si bien es cobrado tanto a nacionales como extranjeros, es muy elevado en comparación con otros países; la diferencia de precios en los distintos servicios y productos a la venta que la mayoría de las veces supera el doble del precio real para nacionales el cual es otro de los factores que molesta gravemente al turista por sentirse discriminado y burlado.

Poco a poco este incremento exagerado realizado por simples ofertantes de servicios y no respaldado por ningún ente del Estado como: taxistas, comerciantes y demás que puedan proporcionar algún servicio privado, se ha ido erradicando y se trata de concientizar al ciudadano de la relevancia del turista en el país y la importancia de su satisfacción para un futuro más productivo. Guayaquil siendo una ciudad comercial ante todo, el precio es uno de los factores importantes que los grandes y pequeños comerciantes de la ciudad de larga experiencia en su actividad saben manejar y, cada vez va teniendo una mayor aceptación por parte de los turistas.

2.3. SEGMENTACION DE LA DEMANDA TURISTICA DE GUAYAQUIL

La demanda turística de Guayaquil no se encuentra definida totalmente, ya que esta vive actualmente un proceso de cambio. A la ciudad llegan turistas por diferentes razones. Algunos la visitan por negocios, ya que es una ciudad netamente comercial, otros ven en ella una ciudad con atractivos turísticos dignos de visitar. Otras de las razones que favorece el turismo interno es la visita a familiares, la cual se da con mayor volumen en época de vacaciones de las otras regiones. Muchos jóvenes visitan la ciudad por estudios ya que por ser una de la principales ciudades del país posee en ella grandes instituciones educativas. Además de estas razones, Guayaquil recibe a personas que llegan por motivos como: compras, salud, etc.

Estando Guayaquil en un proceso de creación y fomentación en el sector turístico, se puede decir que los principales motivos de visita se deben a negocios, ya que el puerto siempre ha sido importante en las importaciones, exportaciones y propicia para la actividad comercial, siendo esta el principal sustento de la ciudad.

Debido al cambio realizado en la parte histórica cultural de la ciudad, ya se la esta empezando a incluir como parte de los paquetes turísticos, siendo un cambio muy notable para todos los sectores de la planta turística que a su vez han ido evolucionando debido a la creciente demanda. Otro de los

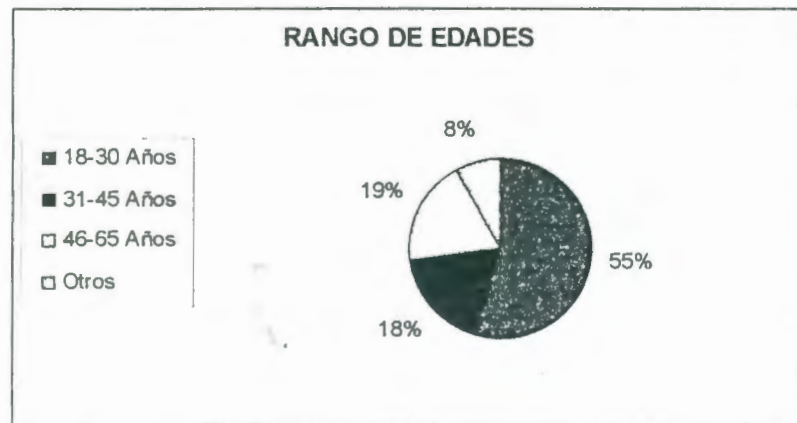
motivos de visita que está empezando a desarrollarse es el turismo. Guayaquil anteriormente recibía a turistas pero no tenía las posibilidades de explotar el turismo ya que las agencias de viajes, mayoristas y operadoras sólo incluían la ciudad como parada de tránsito, conexiones de vuelos o enlaces para otros destinos. Sin embargo actualmente ya incluyen a Guayaquil dentro de los atractivos en los paquetes de Ecuador debido a la regeneración de zonas culturales, la adecuación de los parques y áreas verdes, instauración de espacios de entretenimiento al aire libre y la creación de una adecuada infraestructura. La permanencia de sus visitantes ya no son sólo un par de horas sino que pernoctan en la ciudad, de una a tres noches, lo cual favorece enormemente a los hoteles, restaurantes, centros recreacionales, etc.

La demanda de Guayaquil, ha tenido una evolución muy extraña. Comenzó como una ciudad de paso por ser golfo, en la cual las personas permanecían solo un par de horas. Por esta misma razón se convertiría luego en una ciudad de comercio, en la cual se concretaban grandes negocios de personas de diferentes partes del mundo. Hoy en día vemos que Guayaquil tiene más que brindarnos y se ha esforzado por proyectar al mundo que es capaz de recibir turistas y brindarles una experiencia satisfactoria generando un efecto multiplicador hacia los futuros visitantes.

2.4. DEMANDA TURISTICA EN GUAYAQUIL

La demanda turística de Guayaquil se puede determinar como nueva y marcada en su mayoría por personas entre los diez y ocho a treinta años de edad con un 55% del total de visitantes, seguido por el rango de edad entre los cuarenta y seis a sesenta y cinco años con 19%, con porcentaje muy similar el rango de treinta y uno a cuarenta y cinco que tiene el 18% y 8% para otras edades. (Gráfico No. 1; Ver ANEXO I, Cuadro No. 1a)

Gráfico No. 1

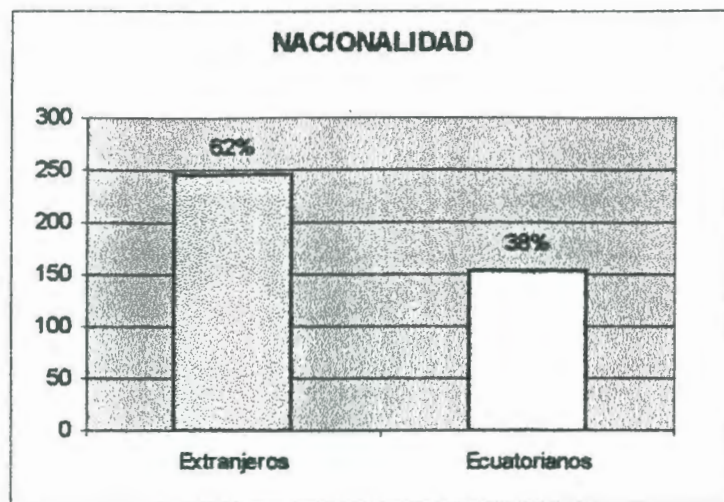


*Fuente: Encuesta realizada 27 Enero 2003 al 14 Febrero 2003
Elaboración: Autores*

La mayor parte de turistas que visitan el cantón son extranjeros tanto europeos como americanos representando el 62% y nacionales con el 38%.

(Ver Gráfico No.2; Ver ANEXO I, Cuadro No. 2a)

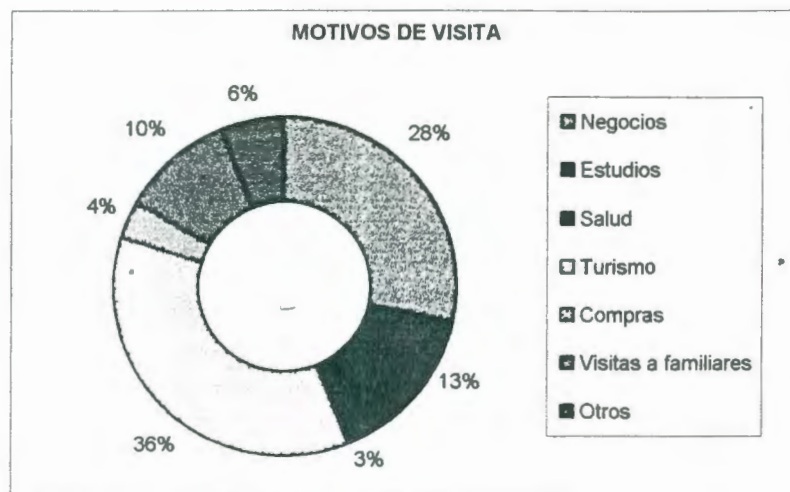
Gráfico No. 2



*Fuente: Encuesta realizada 27 Enero 2003 al 14 Febrero 2003
Elaboración: Autores*

Entre las motivaciones de los visitantes se encuentra en primer lugar el turismo con un 36% seguido por negocios con un 28% el cual es realizado en su mayoría por sudamericanos. Estudios es otro de los motivos por los cuales tenemos visitantes en la ciudad con un 13% debido a la calidad de los institutos y universidades que posee la ciudad. Las visitas a familiares que suele ser realizado por los turistas nacionales en su mayoría y extranjeros ocupa un 10%. Con un porcentaje del 6% se encuentran diversas actividades no clasificadas que son realizadas por ciertos turistas que encuentran en Guayaquil su punto de destino y otras actividades como compras y salud también llevadas a cabo en la ciudad se encuentran con un porcentaje del 4% y 3% respectivamente. (Gráfico No. 3; Ver ANEXO I, Cuadro No. 3a)

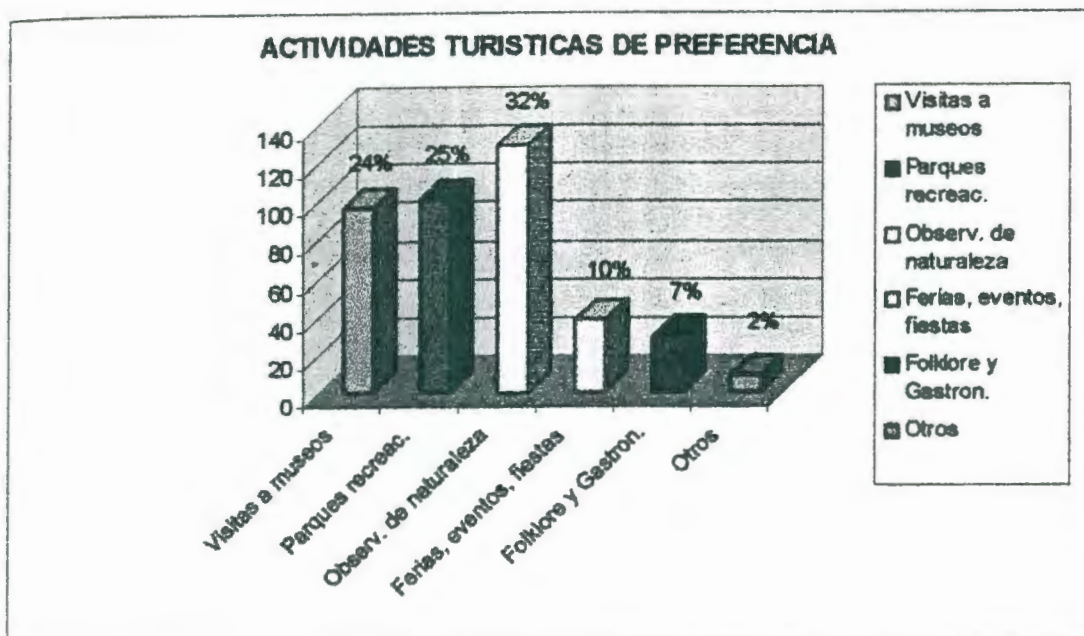
Gráfico No. 3



Fuente: Encuesta realizada 27 Enero 2003 al 14 Febrero 2003
Elaboración: Autores

Entre las actividades turísticas que el visitante realiza con frecuencia tenemos las visitas a museos con un 24%. Las visitas a parque recreacionales tienen un 25% del total. Con el 32% la observación de naturaleza convirtiéndose en la actividad más buscada y de mayor agrado para el turista. Las fiestas y eventos está entre las actividades de agrado con un 10% seguido de folklore y gastronomía con un 7%. Sin embargo, como en toda población hay una diversidad de gustos y afinidades, tenemos un 2% en actividades no jerárquicas pero que atraen también en un reducido número a los turistas. (Gráfico No. 4; Ver ANEXO I, Cuadro No. 4a)

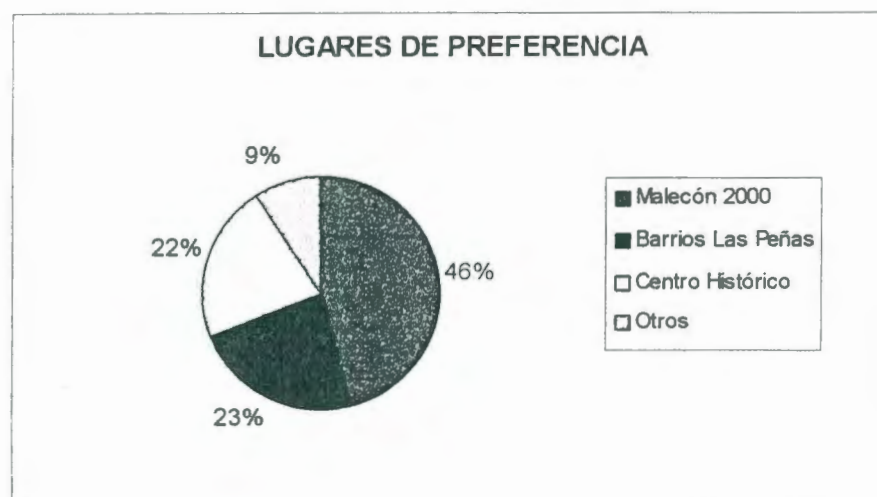
Gráfico No. 4



Fuente: Encuesta realizada 27 Enero 2003 al 14 Febrero 2003
 Elaboración: Autores

En Guayaquil los lugares más frecuentados por el turista son: El Malecón 2000 con 46%, seguido por el Barrio las Peñas, el más antiguo de la ciudad y muy atractivo para el turista con un 23%. El sector histórico también es una de los puntos que el turista disfruta en conocer con un 22% y otros diversos lugares en Guayaquil que ocupan un 9%. (Gráfico No. 5; Ver ANEXO I, Cuadro No. 5a)

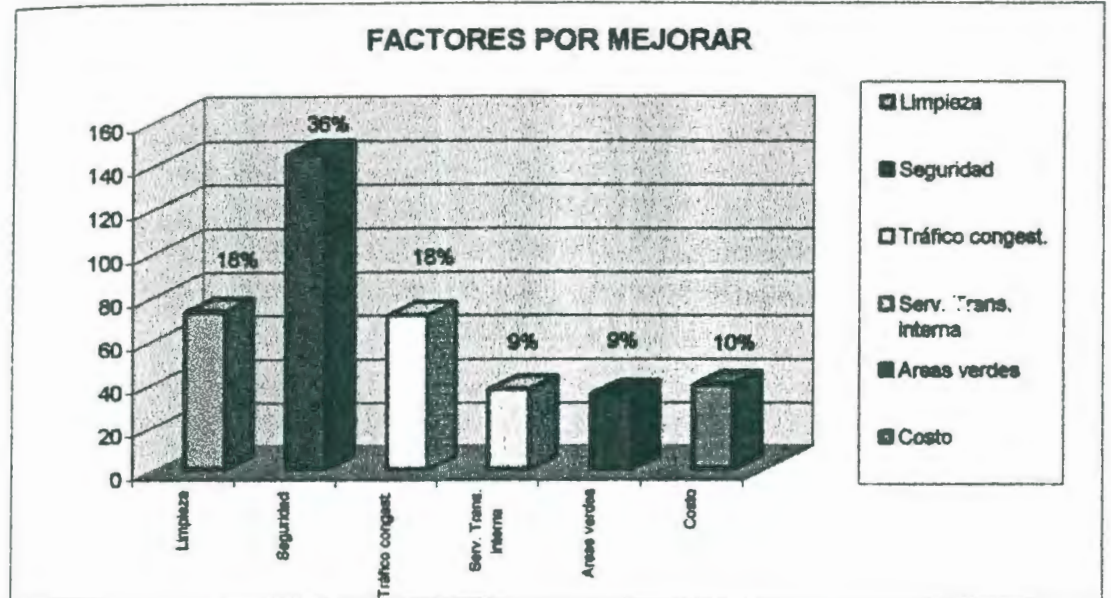
Gráfico No. 5



*Fuente: Encuesta realizada 27 Enero 2003 al 14 Febrero 2003
Elaboración: Autores*

Entre los factores a mejorar en la ciudad, con el porcentaje más elevado se encuentra la seguridad con un 36%, seguido de limpieza y tráfico de automotores que poseen un 18% por igual. El costo fue otro de los factores que causa cierta molestia al turista debido a la explotación que recibe el mismo causando que un 10% de los visitantes sientan esto como su mayor problema. La falta de áreas verdes se incrementa a los requerimientos del turista que siempre anda en busca de un lugar donde pueda relajarse y, el déficit e ineficiencia en la transportación pública son otros de los faltantes en la ciudad causando un 9% en cada uno con respecto al total. (Gráfico No. 6; Ver ANEXO I, Cuadro No. 6a)

Gráfico No. 6



Fuente: Encuesta realizada 27 Enero 2003 al 14 Febrero 2003
Elaboración: Autores

CAPITULO III

ANALISIS ESTADISTICO: TURISMO EN GUAYAQUIL

3.1. CONCEPTOS ESTADISTICOS BASICOS

La estadística es una técnica matemática que mediante métodos y cálculos aplicados a un conjunto de individuos previamente determinado, refleja datos y realidades de distinta índole en los distintos campos referente al mismo.

La Estadística, palabra derivada de Estado, utilizada para asuntos de relevancia del mismo, tiene un papel importantísimo en casi todas las facetas del comportamiento humano como la agricultura, biología, negocios, química, comunicaciones, economía, educación, electrónica, medicina, física, ciencias políticas, psicología, sociología y otros campos de la ciencia y la ingeniería.

Conceptos.-

“La Estadística estudia los métodos científicos para recoger, organizar, resumir y analizar datos, así como para sacar conclusiones válidas y tomar decisiones razonables basadas en tal análisis.

En un sentido menos amplio, el término estadística se usa para denotar los propios datos, o números derivados de ellos, tales como los promedios. Así se habla de estadística de empleo, estadística de accidentes, etc.” (2).

“Variable:

Es una característica que está sujeta a variación entre una persona y otra o entre una observación y otra” (3).

“Población:

Conjunto completo de individuos que tienen una característica en común. Conjunto de personas, animales u objetos sobre el que se va a llevar a cabo una investigación.

Es el conjunto completo de la información numérica sobre una característica particular en la que el investigador está interesado” (3).

“Muestra:

Es un subconjunto de la población.

Es un subconjunto de los valores poblacionales observados” (3).

“Elemento:

Elemento de una población se denomina a cada una de las unidades, individuos o entes que componen la población” (3).

“Media:

La media de un conjunto de observaciones numéricas es la suma de los valores del conjunto dividida por el número de observaciones, es decir, su promedio” (3).

(2) Spiegel Murray R., Estadística, Pág. 1

(3) NewBold Paul, Estadística para los Negocios y la Economía, Pág. 6, 7, 10, 12, 20, 21, 25, 26, 38

“Mediana:

La mediana de un conjunto de números es mayor que la mitad de los valores y menor que la otra mitad de los mismos.

La mediana divide las observaciones o grupo de datos en dos partes iguales (3).

Moda:

Es el valor que ocurre con mayor frecuencia. También llamado Modo, valor modal, o valor de máxima frecuencia. Es el mayor número de veces en el grupo de datos.

La moda de un conjunto de observaciones es el valor que aparece mayor número de veces (3).

Rango:

Rango o recorrido de un conjunto de datos es la diferencia entre el mayor y la menor de sus observaciones (3).

Varianza:

Permite conocer que tan dispersos se encuentran los datos con respecto a la media (3).

Cuartiles:

Son los valores que sirven como puntos de división entre grupos. Los cuartiles se calculan de forma que haga el mismo número de observaciones antes y después de cada cuartil. Son valores que dividen una serie de datos en cuatro partes iguales (3).

Clases:

Son los subintervalos en los que se han dividido el conjunto de datos (3).

Frecuencia:

Es el número de observaciones que caen en cada una de las clases (3).”

3.2. TENDENCIA HISTORICA - ENTRADAS Y SALIDAS DE ECUATORIANOS Y EXTRANJEROS 1995 - 2001

La tendencia de entradas de extranjeros y ecuatorianos a Guayaquil, ya sea por turismo u otros motivos particulares, ha sido progresiva año a año, teniendo ciertas variantes como en el año 1996 en el que asumió la presidencia el Ab. Abdalá Bucaram Ortiz, creándose un ambiente de desconcierto e inseguridad dentro y fuera del país. A pesar de ello, los ingresos de extranjeros no se vieron afectados debido al desconocimiento del ambiente político que atravesaba el país, muy diferente al comportamiento que tuvieron los turistas nacionales que optaron por mantenerse alejados del futuro incierto que proyectaba el país.

En el año de 1998 las entradas de extranjeros y ecuatorianos a Guayaquil disminuyeron significativamente durante el mandato del Dr. Jamil Mahuad. El país atravesó una de sus más grandes crisis marcadas por recesiones bancarias que condujeron a una inestabilidad económica la cual ante el Fondo Monetario Internacional nos convertía en un país de alto riesgo. En el año 1999 el turismo tuvo un incremento notable, porque aunque la situación del país no era la mejor, el sector turístico estaba desarrollándose nuevamente, y algunos extranjeros oportunistas emprendieron viajes a Ecuador y su ciudad más comercial, Guayaquil, en busca de oportunidades.

Unos de los años más duros para el país fue el 2000 en el que se vivió la dolarización y tuvo un impacto muy grande para los ciudadanos. Pese a esto el movimiento migratorio siguió incrementándose tanto en el ámbito nacional como internacional. A inicios del año 2000 el derrocamiento del Dr. Jamil Mahuad, llevo al mandato al entonces vicepresidente.

El Dr. Gustavo Noboa Bejarano, asumió la presidencia con un país en la peor crisis de los últimos cincuenta años. Desde inicios del año 2000 al año 2002 se dio un desarrollo gradual en el ingreso de extranjeros y ecuatorianos a Guayaquil. Se vivió un ambiente de estabilidad e inversiones que influyó mucho en el ámbito internacional hasta la actualidad, siendo este uno de los periodos presidenciales más estables en los últimos años.

A continuación se muestran cuadros de registros de entradas y salidas anuales a la ciudad de Guayaquil por extranjeros y ecuatorianos.

Cuadro No. 1

Entrada de Extranjeros

Año	Hombres	Mujeres	Total
1995	53.665	25.181	78.846
1996	55.405	26.691	82.096
1997	64.303	32.779	97.082
1998	26.508	15.429	41.937
1999	67.296	40.191	107.487
2000	73.931	47.569	121.500
2001	80.039	49.551	129.590

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC)

Elaboración: Autores

Cuadro No. 2

Salida de Extranjeros

Año	Hombres	Mujeres	Total
1995	54.510	24.814	79.324
1996	54.984	26.678	81.662
1997	63.068	32.574	95.642
1998	26.912	16.242	43.154
1999	67.520	40.214	107.734
2000	71.976	46.939	118.915
2001	81.321	51.466	132.787

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC)

Elaboración: Autores



ACTOR BIBLIOTECA

Cuadro No. 3

Entrada de Ecuatorianos

Año	Hombres	Mujeres	Total
1995	56.582	53.022	109.604
1996	54.494	52.048	106.542
1997	67.172	63.424	130.596
1998	27.140	25.323	52.463
1999	73.300	69.886	143.186
2000	81.621	77.990	159.611
2001	93.629	91.288	184.917

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC)
Elaboración: Autores

Cuadro No. 4

Salida de Ecuatorianos

Año	Hombres	Mujeres	Total
1995	61.543	58.470	120.013
1996	58.152	55.764	113.916
1997	70.449	68.998	139.447
1998	32.923	32.855	65.778
1999	79.816	81.145	160.961
2000	109.537	110.094	219.631
2001	120.468	122.897	243.365

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC)
Elaboración: Autores

A continuación se muestra el cuadro de registro de ingresos anuales a Ecuador por extranjeros y ecuatorianos.

Cuadro No. 5

Total de visitas a Ecuador

Año	Total visitantes Ecuador
1995	676.889
1996	738.483
1997	819.184
1998	705.269
1999	812.217
2000	971.142
2001	1.064.298

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC)
Elaboración: Autores

Cuadro No. 6

Porcentaje de visitantes a Guayaquil en relación a Ecuador

Año	Total visitantes Ecuador	Total visitantes Guayaquil	% GYE- ECU
1995	676.889	188.450	27,84
1996	738.483	188.638	25,54
1997	819.184	227.678	27,79
1998	705.269	94.400	13,38
1999	812.217	250.673	30,86
2000	971.142	281.111	28,95
2001	1.064.298	314.507	29,55

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC)
Elaboración: Autores

3.3. TENDENCIA HISTORICA - INGRESOS Y EGRESOS GENERADOS POR EL TURISMO EN GUAYAQUIL 1995 - 2002

El turismo ha sido una de las principales fuentes de ingresos de divisas para el país. La ciudad de Guayaquil ha contribuido a esos ingresos con importantes porcentajes, por ser una ciudad comercial muy visitada. Con la creación de entidades para un mayor control y registro de ingresos de divisas por turismo, tenemos en Guayaquil un aumento gradual año a año.

Se puede observar en los cuadros que se presentarán a continuación que, en los años 1995 y 1996 los ingresos aumentaron gradualmente manteniéndose dentro de un rango normal esperado.

En el año 1997 se podría decir ha sido el mejor porcentaje de incremento desde el año 1995, ya que éste aumento en relación con los años posteriores sigue siendo el más alto.

El año 1998 tuvo un declive notorio en los ingresos de divisas debido a distintos factores políticos y económicos. Sin embargo, para el año 1999 una vez superados parte de los problemas por los que atravesaba el país, volvieron a estabilizarse los ingresos de divisas, con un incremento uniforme como los que había tenido en los años anteriores.

En el año 2000 los porcentajes se mantienen dentro del promedio con un aumento gradual si hacemos una relación con el incremento que habían experimentado años anteriores exceptuando 1998.

En el desarrollo del año 2001 se tuvo también un incremento normal en el ingreso, reflejando la constancia en el ingreso de divisas por extranjeros y a su vez el desarrollo de un gran puerto comercial y atractivo turístico como lo es Guayaquil.

Actualmente en la alcaldía del Ab. Jaime Nebot, se pueden ver las grandes inversiones que se han confiado a la ciudad de Guayaquil. Estas inversiones son a largo plazo, pero con resultados seguros por lo que los ingresos generados por turismo en Guayaquil esperan incrementarse.

A continuación se presentan cuadros de registros de ingresos anuales a Ecuador.

Cuadro No. 7

BALANZA DE PAGOS
Millones de dólares

CUENTA CORRIENTE

Años	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Trim 1 2002
1 Servicios	20,0	62,0	63,0	50,0	72,0	103,0	90,0	20,0
1,1 Servicios prestados								
1,1,1 Viajes	255,0	281,0	290,0	291,0	343,0	402,0	430,0	108,0
1,2 Servicios recibidos								
1,2,1 Viajes	-235	-219	-227	-241	-271	-299	-340	-88

Fuente: Información Estadística Mensual – N° 1803 – Mayo 31 2002
Elaboración: Autores

Según los registros de ingresos anuales de divisas por turismo al país y el de visitantes a Guayaquil, se ha determinado el total de divisas generadas por el puerto principal.

Cuadro No. 8

Ingreso de divisas a Guayaquil

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Total ingresos turismo-ECU	255.000.000	281.000.000	290.000.000	291.000.000	343.000.000	402.000.000	430.000.000
Tot visitantes GYE	188.450	188.638	227.678	94.400	250.673	281.111	314.507
Total ingresos turismo-GYE	70.993.545	71.778.603	80.600.476	38.950.245	105.859.443	116.364.674	127.067.804

Fuente: Información Estadística Mensual – N° 1803 – Mayo 31 2002
Elaboración: Autores

Cuadro No. 9

Porcentaje de incremento anual de ingresos por divisas Guayaquil

Año	Total ingresos por turismo-GYE	% incremento anual
1995	70.993.545	
1996	71.778.603	1,01
1997	80.600.476	1,12
1998	38.950.245	0,48
1999	105.859.443	2,72
2000	116.364.674	1,10
2001	127.067.804	1,09

Fuente: Información Estadística Mensual – N° 1803 – Mayo 31 2002
Elaboración: Autores

CAPITULO IV

ESTUDIO DEL PERFIL DEL TURISTA NACIONAL E INTERNACIONAL

4.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO

Entre los principales objetivos de este estudio que se planteó al realizar este trabajo se consideraron los siguientes:

GENERALES

- Armar un prototipo del turista tanto nacional como extranjero.
- Conocer las razones o motivos que conducen al turista a realizar una visita en Guayaquil.

- Conocer el rumbo, tendencia y proyección turística que posee la demanda de Guayaquil.
- Identificar los factores que influyen de manera negativa en el nivel de satisfacción del turista y poder mejorar las perspectivas y remanentes de Guayaquil.

ESPECIFICOS

- Obtener información básica y fundamental de los turistas: edad, sexo, nacionalidad, nivel de instrucción, ocupación, etc.
- Determinar las preferencias de los turistas, los lugares que más les gusta visitar, las actividades de su mayor agrado.
- Captar las posibilidades de los turistas: tiempo de estadía, presupuesto diario, etc.
- Presentar los medios de comunicación que más utilizan los turistas al momento de decidir y escoger un destino turístico.
- Presentar los elementos que los turistas consideran que la ciudad debe mejorar para brindarles una visita agradable y satisfactoria.

4.2. METODOLOGIA A UTILIZAR

La metodología que se uso, fue una investigación de campo mediante la realización de encuestas en base a preguntas previamente estudiadas y analizadas que permitieran en sus respuestas conocer las características del turista y sean de fácil entendimiento para el mismo.

La realización de las encuestas fue de tipo aleatoria y se llevaron a cabo en sitios atractivos para el turista como: Malecón 2000, Cerro Santa Ana, parque Seminario, así como en otros que pertenecen a la planta turística y los que el turista esta obligado a usar, tales como: Aeropuerto Internacional Simón Bolívar, Terminal Terrestre de Guayaquil entre otros.

4.2.1 DISEÑO DEL CUESTIONARIO

SEXO:

Conocer el sexo de los turistas es importante e indispensable para descifrar si hay alguna tendencia de los visitantes, quienes demandan más la ciudad de Guayaquil, hombres o mujeres.

RANGO DE EDAD:

Los rangos de edad que se escogieron en la encuesta sirvieron para clasificar a los turistas según su edad. Los rangos se eligieron de tal manera que se pueda ver una diferencia de edad marcada para poder clasificarlos, de la siguiente manera: Menores de 14 años, representaría a los niños, infantes, etc. De 15 a 24 años a los jóvenes, estudiantes, adolescentes. De 25 a 44 años jóvenes adultos, profesionales. De 45 a 64 personas adultas, padres de familia. Y los mayores de 65 años personas de la tercera edad o jubilados.

NACIONALIDAD:

Para conocer la nacionalidad de los turistas se presentaron 5 rangos clasificados por zonas: Norteamérica, Sudamérica, Europa, Asia y Otros. Se escogió los 4 primeros rangos por ser zonas de mayor relevancia, mientras que la opción "Otros" representa zonas como: Africa, Australia, etc.

OCUPACION:

La ocupación de los turistas representa la actividad que ejercen en su país. Los rangos que se seleccionaron fueron: estudiantes, profesionales, y jubilados.

NIVEL DE INSTRUCCION:

El nivel de instrucción representa el grado de preparación intelectual que posee el turista. Se tomó 4 rangos: escuela, colegio, universidad y otros (postgrados, masterados, etc.). Estos rangos se escogieron por ser la metodología de estudio más conocida a nivel mundial.

VISITA:

A través de esta pregunta se puede descifrar cuántos turistas visitan por primera vez la ciudad y cuántos han retornado a la misma. Los turistas que visitan por primera vez la ciudad representan el interés, aceptación que hay por la ciudad. Los turistas que ya han visitado la ciudad representan los turistas que en alguna otra ocasión quedaron satisfechos y desean repetir esa experiencia.

MOTIVO:

El principal motivo de visita que tienen los turistas para visitar a Guayaquil es variable por lo que se colocaron algunas opciones para que el turista escoja.

Las opciones que se dieron fueron:

Turismo: porque muchos de los turistas vienen a conocer Ecuador y por esta razón uno de los sitios que visitan es Guayaquil.

Negocios: porque Guayaquil siempre ha sido catalogada como una ciudad comercial, la capital económica del país y propicia para realizar negocios.

Visitas a familiares y amigos: Guayaquil desde sus inicios por ser puerto recibió a personas que llegaban de todas partes. Actualmente es una ciudad que posee familias de diferentes partes del país y del mundo. Por lo que las visitas a familiares y amigos es una de las razones por la que se genera turismo en la ciudad.

Estudios: esta opción se debe a que Guayaquil por ser una de las principales ciudades del país posee institutos educativos de prestigio, por lo que los ecuatorianos de otras provincias vienen a la ciudad en busca de estudios.

Compras: esta opción es para las personas que llegan a la ciudad exclusivamente a comprar.

Salud: esta opción es para las personas que en su lugar natal no poseen clínicas u hospitales y deben viajar hasta Guayaquil en busca de una.

Otros: esta opción es de respuesta abierta ya que pueden haber otros motivos de visita.

MEDIO DE INFORMACION:

Esta pregunta revela el medio de información que utilizó el turista para interesarse o decidir viajar a Guayaquil. Las opciones que se presentaron van de acuerdo a los medios de comunicación más utilizadas para el turismo como lo son:

Guías turísticas: las guías turísticas siempre han sido un buen medio de comunicación por su fácil acceso y uso.

Internet: porque es un medio que cada vez tiene mayor acogida, y que se usa a nivel mundial.

Televisión: porque es el medio más común a nivel mundial que existe en toda casa u hogar.

Brochures: son también un importante medio de comunicación ya que se reparten por lo general a través de las agencias de viajes para difundir un atractivo turístico.

Revistas: son también un medio de comunicación de fácil acceso y uso además son muchas veces económicas.

Agencias de viajes: esta opción se escogió porque son uno de los medios de comunicación más utilizados por los turistas al momento de decidir viajar.

Otros: es una opción abierta para el encuestado, ya que muchas veces el medio que utilizaron no fue un medio común, como por ejemplo: una invitación, por amigos, por familiares, un premio, etc.

TIPO DE ALOJAMIENTO:

Es importante conocer el tipo de alojamiento que buscan los turistas. Las opciones que hay en ésta pregunta van de acuerdo a la variedad de alojamientos que encontramos en la ciudad, tales como:

Hotel: porque este es el tipo de alojamiento más común utilizado en diferentes partes del mundo.

Hostal: porque es el segundo tipo de alojamiento más utilizado, y representa algo más económico para los turistas sin dejar a un lado la comodidad.

Hostería: es otra de las opciones que encontramos en la ciudad, pero en un pequeño número.

Motel: es una opción que es utilizada generalmente por las personas que están de paso por la ciudad, y que sólo necesitan pernoctar por una noche por lo que no requieren mayores servicios y exigencias.

Apart Hotel: esta opción se presenta para las personas que van a estar en la ciudad por algún periodo significativo, más de una semana. Generalmente son personas que han tenido que trasladarse de ciudad por trabajo.

Residencial: porque es la opción más económica que pueden utilizar los visitantes de la ciudad, aunque no posee mucha privacidad y comodidad.

Otros: en esta opción los encuestados pueden responder libremente ya que algunos turistas llegan a Guayaquil y reciben alojamiento por parte de amigos, familiares, etc.

TIEMPO DE ESTADIA:

El tiempo de estadía permite conocer los días que los turistas permanecen en la ciudad de Guayaquil. Se presentaron 3 rangos que clasifican la estadía por períodos, estos son:

De 1 a 3 días: este rango representa el período corto.

De 3 días a una semana: este rango representa un período mediano.

Más de una semana: este rango representa un período largo.

GRADO DE SATISFACCION:

Para medir el grado de satisfacción de los turistas es necesario conocer los elementos que ellos consideran fundamentales para sentirse satisfechos.

Estos elementos son:

Producto turístico: esta opción es el producto en sí, lo que vino a buscar el turista.

Seguridad: esta opción es vital para el turista, ya que si el turista no se siente seguro no puede disfrutar del producto turístico.

Alojamiento: es importante porque es el lugar de descanso del turista, es su espacio privado.

Transportación: es un medio necesario antes, durante y después de la visita del turista.

Clima: este elemento forma parte del grado de satisfacción del turista ya que muchas veces el clima influye mucho en el comportamiento de las

personas, y en otras ocasiones afecta el cumplimiento normal de los itinerarios que planificaron realizar.

Comodidad: este elemento permite que el programa o paseo se desarrolle con buena actitud por parte de los turistas.

Precio: este elemento es importante, ya que la mayoría de los turistas tiene un presupuesto, y con este elemento ellos pueden considerar a la ciudad: económica, regular o de costos elevados.

Imagen ambiental: actualmente los turistas se preocupan por factores ecológicos, y por esto se consideró este factor para medir el grado de satisfacción del turista.

Atención preferencial: los turistas gustan de sentir que se les brinda un trato especial en el lugar que visitan.

Información disponible: este elemento es fundamental para los turistas ya que por estar en otro país desconocen muchas cosas, y requieren de información.

Limpieza: este elemento es muy observado y criticado por los turistas. Todos estos elementos ayudan a reconocer el grado de satisfacción que

poseen los turistas, por ello en esta pregunta puede ser calificada , ya que junto a cada elemento se colocó 3 categorías de nivel de satisfacción: bueno, regular y malo.

PROMEDIO DE GASTO DIARIO:

El promedio de gasto diario de los turistas que visitan Guayaquil nos ayuda a conocer la capacidad económica de los mismos para realizar turismo. Las diferencias que pueden encontrarse entre cada turista pueden variar mucho, por ello se clasificó en ciertos rangos:

25 - 49 USD: este rango es un promedio de gasto diario de pasajeros que viene con presupuesto económico, considerando que 25 USD es lo mínimo que un turista puede gastar diariamente, y máximo 49 USD por ser aún una cantidad accesible. Este rango puede ser utilizado por los jóvenes, quienes no requieren mayores gastos.

50 - 99 USD: este rango es un promedio de gasto accesible también para los turistas, por lo general acogen este rango los pasajeros jóvenes aventureros, estudiantes, etc.

100 - 249 USD: Este rango es más módico que los anteriores, lo acogen los profesionales, padres de familia.

250 - 399 USD: hay turistas que buscan el confort, que poseen una buena capacidad de gasto, y son clientes exigentes.

Más de 400 USD: son los turistas que buscan lo mejor, y tiene solvencia económica para exigir ser tratados con los mejores servicios.

ACTIVIDADES TURISTICAS DE MAYOR AGRADO:

Una vez que el turista ha escogido la ciudad de Guayaquil como destino turístico, en su viaje realizará actividades de acuerdo a su agrado. Las actividades de mayor agrado son:

Observación de la naturaleza: porque los turistas gustan del turismo ecológico, van en busca de descanso.

Visitar sectores históricos: porque hay turistas que gustan de conocer la arquitectura de una ciudad.

Gastronomía: porque hay turistas que encuentran el atractivo de una ciudad en la comida que ofrece.

Fiestas y folklore: porque hay turistas a los que les gusta asistir a las fiestas importantes de la ciudad, además gustan de los feriados. Y otras actividades como: realizar compras, práctica de deportes.

MEDIO DE TRANSPORTE:

Esta pregunta se refiere al medio de transporte que el turista usó para llegar a Guayaquil. Para clasificar las repuestas presentamos 3 opciones, las mismas que son los medios de transporte más conocidos a nivel mundial:

Aéreo: porque este es el medio de mayor acogida a nivel mundial para realizar turismo.

Terrestre: porque también tiene aceptación por su precio que es más económico.

Fluvial: es usado muy poco por el tiempo que requiere trasladarse en él.

PLANIFICACION DEL VIAJE:

Es importante conocer la forma en que planificó el turista su viaje a Guayaquil. Para ello se presentó dos opciones:

A través de una agencia de viajes: porque las agencias son los intermediarios más usados y más confiables para los turistas. Por esta razón la agencia se encarga de la planificación del viaje.

Por cuenta propia: cuando los turistas no utilizan las agencias de viajes, la mayoría de ellos decide informarse por sus propios medios y realiza los contactos necesario por su cuenta.

4.2.2. DISEÑO DEL MUESTREO

Para realizar la encuesta se requerirá obtener una muestra y para esto se utilizará un nivel de confianza del 95% y un error de muestreo del 2%.

La fórmula a utilizar es la siguiente:

$$N_0 = z^2 p q / d^2$$

Donde

N = tamaño de muestra.

Z = valor de Z en la tabla normal para un nivel de confianza dado.

P = prevalencia estimada, en nuestro estudio es de 0,02

Q = 1 - p = 0.98 para nuestro estudio.

D = error de muestreo = 0.02

Resultado:

$$N_0 = \frac{(1.96^2)(0.02)(0.98)}{0.02^2} = \frac{(3.84)(0.02)(0.98)}{0.0004} = \frac{0.0753}{0.0004} = 188.16$$

Tamaño de muestra Turista

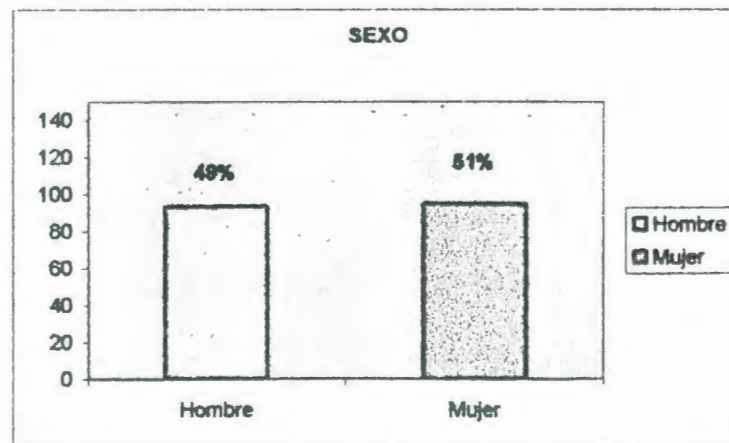
Donde N es la suma de entradas de visitantes nacionales e internacionales en el año 2001

$$n = \frac{N_0}{1 + \frac{N_0}{N}} = \frac{188.16}{1 + \frac{188.16}{314.507}} = \frac{188.16}{1.5983} = 188$$

4.3. RESULTADOS DEL ESTUDIO ESTADISTICO

A continuación se presentan los gráficos porcentuales con respecto a los resultados estadísticos obtenidos de la encuesta para determinar el perfil del turista.

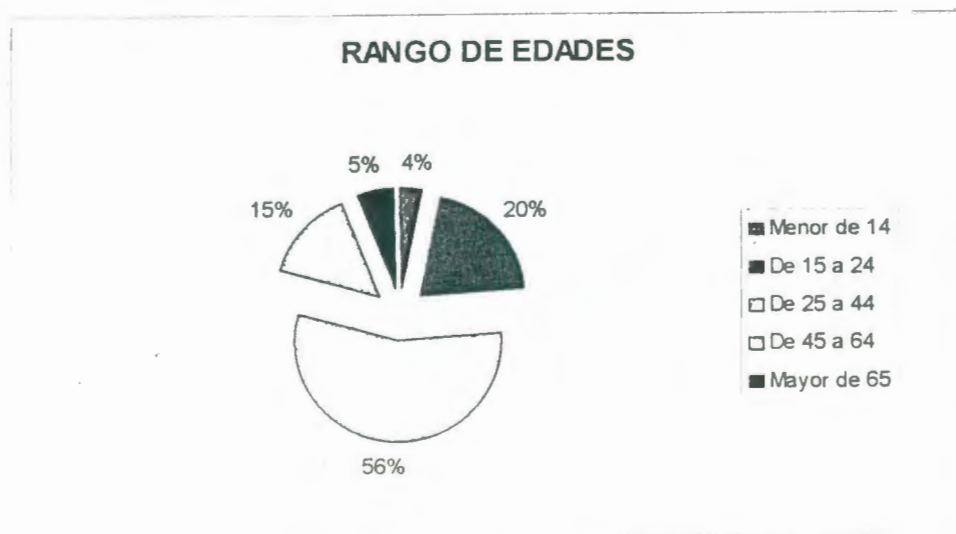
Gráfico No. 7



Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

El resultado en los porcentajes de sexo masculino en comparación al femenino es inferior por tan sólo un 2%. Esta equidad entre ambos porcentajes demuestra que Guayaquil tiene elementos atractivos para ambos sexos. (Gráfico No. 7; Ver ANEXO II, Cuadro No. 7a)

Gráfico No. 8

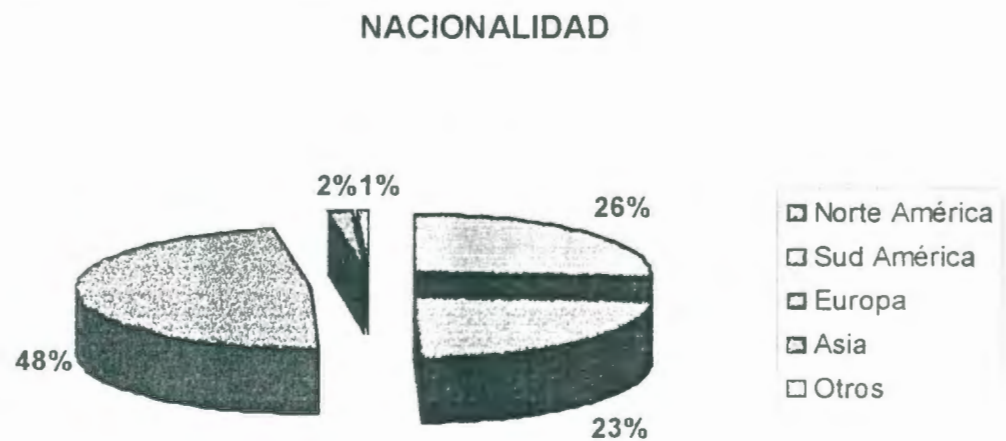


Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Los turistas en el rango de 25 a 44 años son los más concurrentes a la ciudad, con un porcentaje del 56% sobre el total, seguidos de los del rango de 15 a 24 años con un 20%. Esto se debe a que Sudamérica está catalogada como países subdesarrollados y dotados de atractivos ecológicos que a su vez atrae a jóvenes. Por otro lado, las personas de 45 a 64 años

conforman el 15% y los mayores de 65 años de edad el 5%. Estos dos grupos en su mayoría visitan a Guayaquil a través de los paquetes turísticos de las agencias de viajes. (Gráfico No. 8; Ver ANEXO II, Cuadro No. 8a)

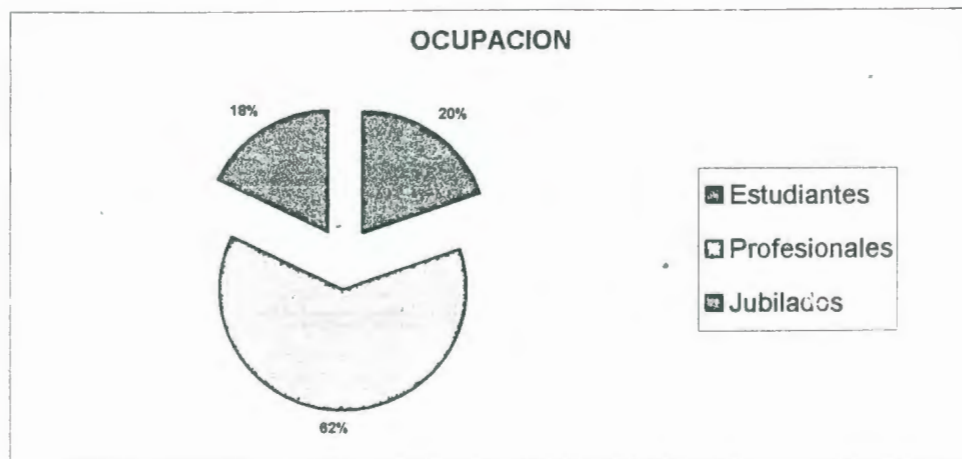
Gráfico No. 9



Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Los turistas provenientes de Europa encuentran a Guayaquil como una ciudad atractiva para el turismo conformando el 48%. Entre los europeos encontramos alemanes, españoles y franceses en su mayoría. De los turistas americanos se aprecia que tanto Norteamérica como Sudamérica están equilibrados con un porcentaje del 26% y el 23% respectivamente. (Gráfico No. 9; Ver ANEXO II, Cuadro No. 9a)

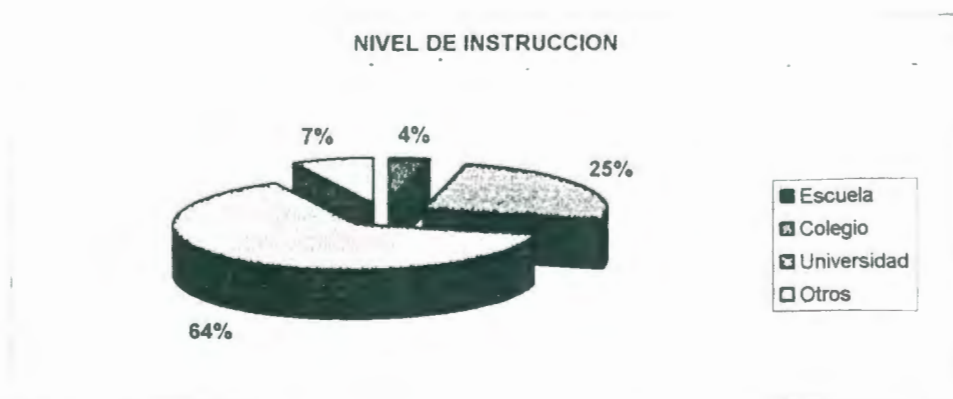
Gráfico No. 10



Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

La ocupación de los visitantes de Guayaquil se distribuye de la siguiente manera: profesionales con el 62%, el 20% estudiantes y el 18% jubilados. (Gráfico No. 10; Ver ANEXO II, Cuadro No. 10a).

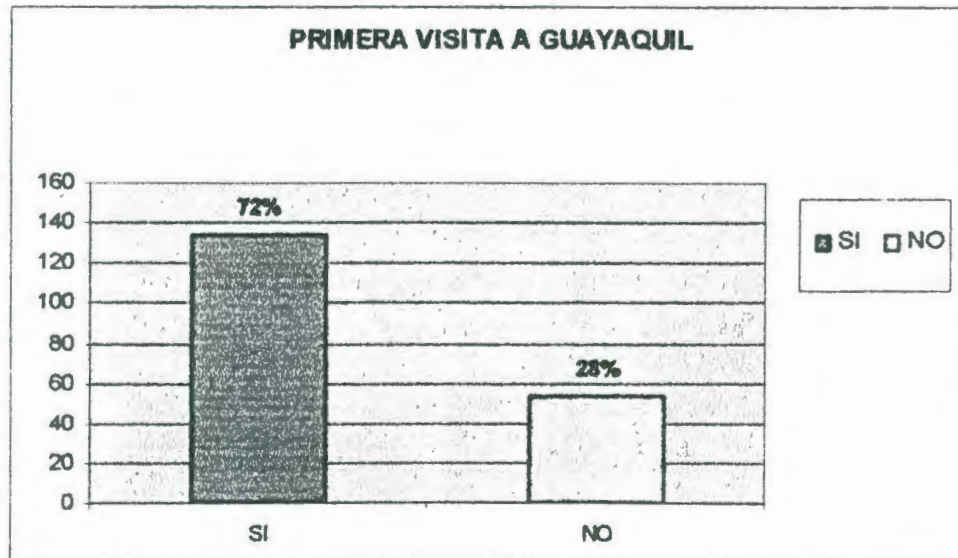
Gráfico No. 11



Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

El nivel de instrucción de los visitantes de Guayaquil es relativamente bueno ya que la mayoría poseen estudios universitarios y representan el 64%; a nivel colegial el 25% y un 11% entre escuela y otros que representan un porcentaje bajo en relación a los anteriores pero denota instrucción. Es decir que la gente que visita Guayaquil es preparada y con un buen nivel de cultura. (Gráfico No. 11; Ver ANEXO II, Cuadro No. 11a)

Gráfico No. 12

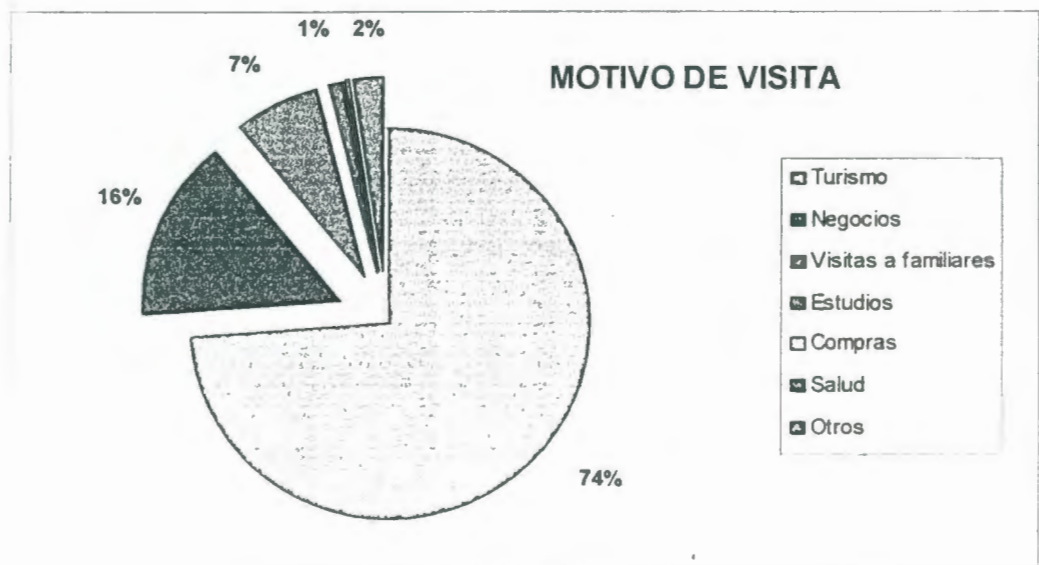


*Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores*

El 72% de los encuestados visita por primera vez la ciudad y el 28% ya la había visitado antes. Ambos resultados son positivos para el turismo en Guayaquil, si considera que el 72% de los encuestados representan el

interés turístico que existe por conocer la ciudad y el 28% siendo una buena cifra para estar ocupada por turistas que regresan a la ciudad por motivos particulares o buenas experiencias. (Gráfico No. 12; Ver ANEXO II, Cuadro No. 12a)

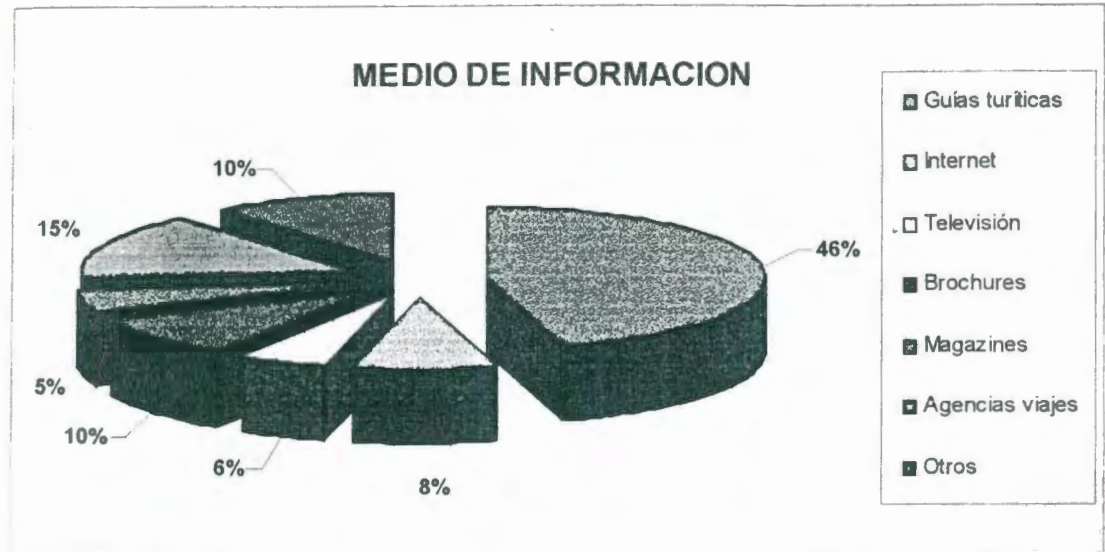
Gráfico No. 13



Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

El principal motivo de visita de los encuestados es el turismo con el 74%, seguido de los negocios con el 16% y visitas a familiares con el 7%. Estudios, compras, salud y otros poseen porcentajes relativamente bajos. Lo que denota que las principales potencias que atrae gente a Guayaquil son el turismo y los negocios. (Gráfico No. 13; Ver ANEXO II, Cuadro No. 13a)

Gráfico No. 14

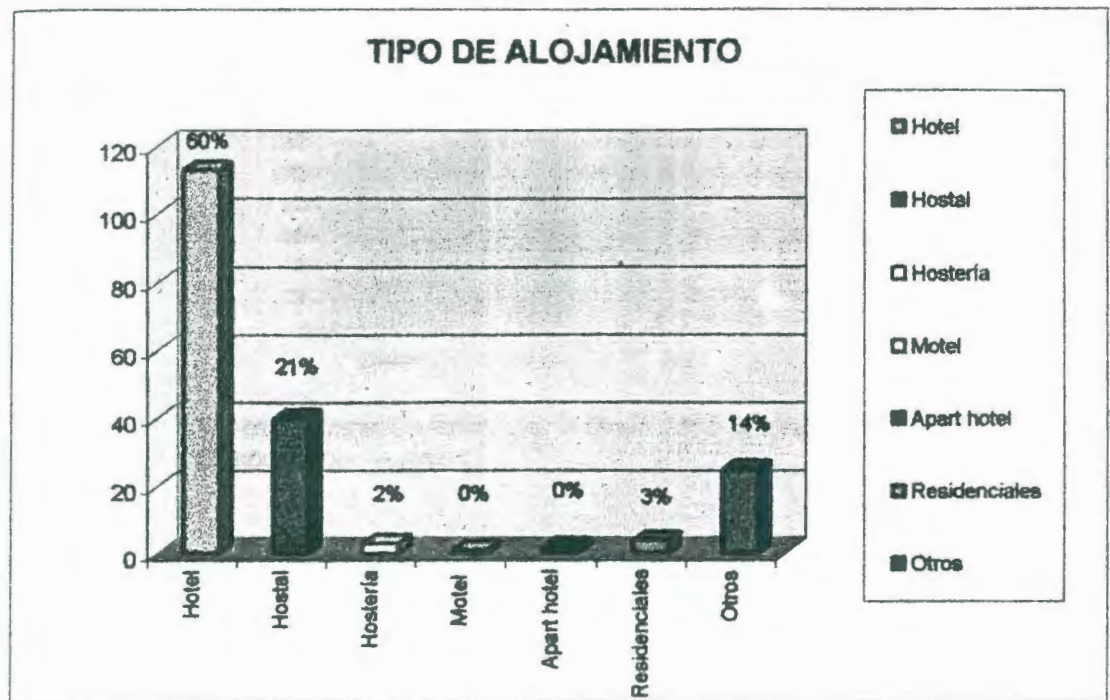


*Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores*

El principal medio de comunicación que utilizaron los turistas encuestados para informarse sobre Guayaquil son las guías turísticas que representan el 46% sobre el total. Las agencias de viajes, con el 15% también son un importante medio de comunicación ya que su objetivo es vender los paquetes. Luego tenemos la opción "otros" que representa según las encuestas realizadas comentarios de amigos y familiares, es decir, el efecto multiplicador. Los brochures y el internet, con el 10% y 8% respectivamente.

(Gráfico No. 14; Ver ANEXO II, Cuadro No. 14a)

Gráfico No. 15



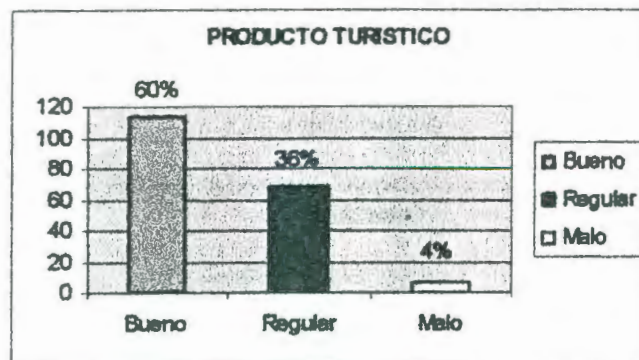
Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003

Elaboración: Autores

Los hoteles lideran como tipo de alojamiento de preferencia para los turistas ya que fueron utilizados por el 60% de los encuestados; a pesar del costo que éste puede tener, pueden influir en la decisión de los turistas factores como la comodidad y la seguridad. Cabe recalcar que Guayaquil posee una buena planta hotelera. El hostal es la segunda opción con un 21% seguido de "otros" con un 14% que representa según las encuestas realizadas casas de familiares o amigos. (Gráfico No. 15; Ver ANEXO II, Cuadro No. 15a)

GRADO DE SATISFACCION DE LOS SERVICIOS RECIBIDOS

Gráfico No. 16

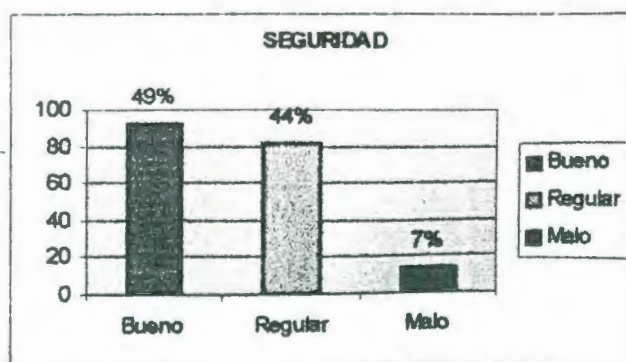


Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003

Elaboración: Autores

Un porcentaje del 60% de los turistas considera que el producto turístico es bueno, seguido por un 36% con regular y 4% como malo. (Gráfico No. 16; Ver ANEXO II, Cuadro No. 16a)

Gráfico No. 17

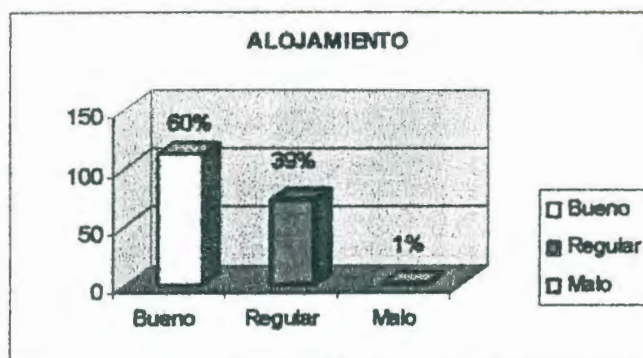


Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003

Elaboración: Autores

El 49% de los turistas consideran segura la ciudad y no muy distante con 44% la consideran regular y un 7% como insegura. (Gráfico No. 17; Ver ANEXO II, Cuadro No. 17a)

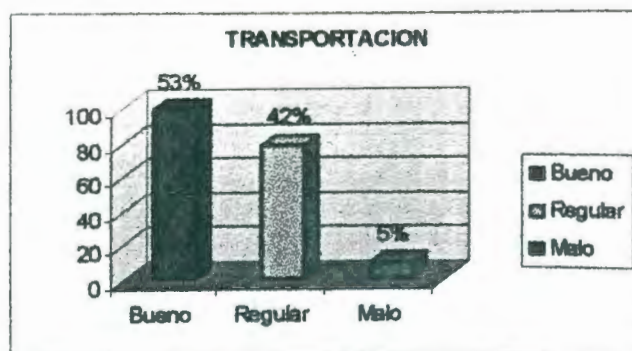
Gráfico No. 18



Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

El alojamiento en la ciudad es considerado bueno por el 60%, regular con el 39% y el 1% como malo. (Gráfico No. 18; Ver ANEXO II, Cuadro No. 18a)

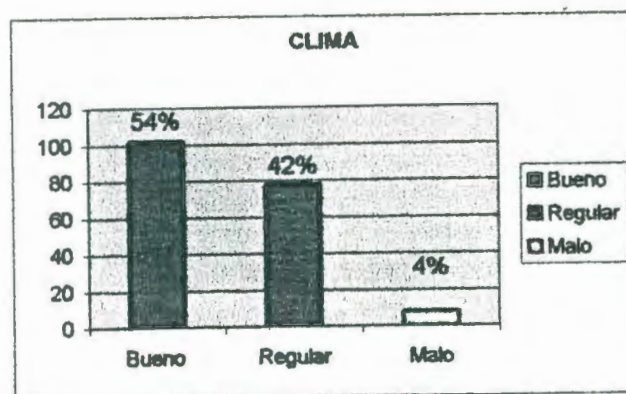
Gráfico No. 19



Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Con el 53% es considerado como bueno la transportación, con regular se encuentra un 42% y un 5% como malo. (Gráfico No. 19; Ver ANEXO II, Cuadro No. 19a)

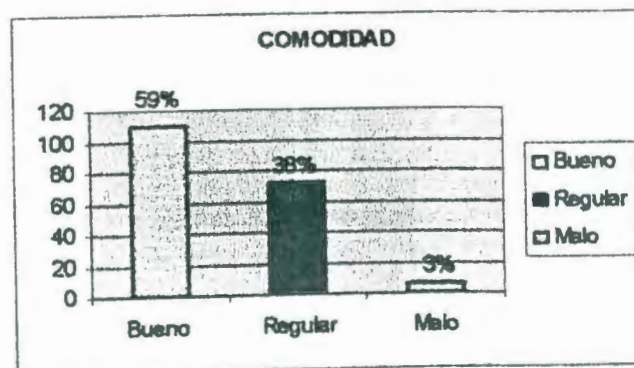
Gráfico No. 20



Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

El clima de la ciudad es considerado bueno para el 54% de los turistas, regular por el 42% de los mismos y malo por el 4%. (Gráfico No. 20; Ver ANEXO II, Cuadro No. 20a)

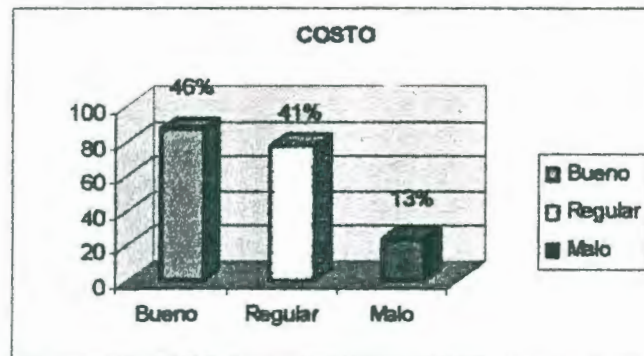
Gráfico No. 21



Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

El 59% de los turistas califica de bueno la comodidad. Como regular un 38% y, un 3% como malo. (Gráfico No. 21; Ver ANEXO II, Cuadro No. 21a)

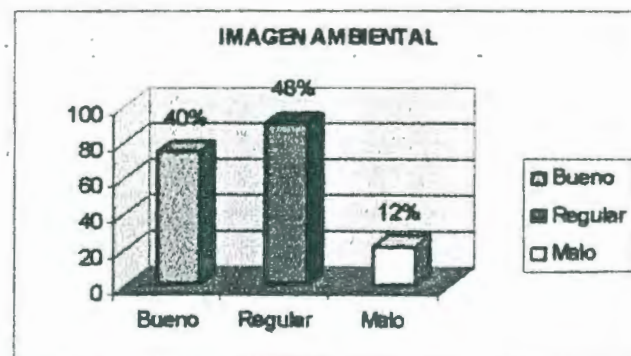
Cuadro No. 22



Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

El costo es considerado por el 46% como bueno, con el 41% como regular y 13% como malo. (Gráfico No. 22; Ver ANEXO II, Cuadro No. 22a)

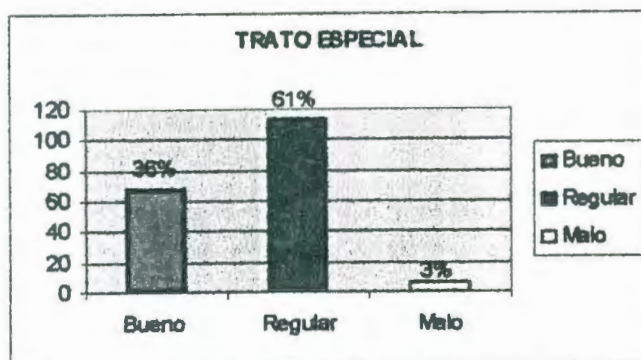
Gráfico No. 23



Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Como regular el 49% de los turista califican la imagen ambiental, seguido de un 40% como bueno y 12% como malo. (Gráfico No. 23; Ver ANEXO II, Cuadro No. 23a)

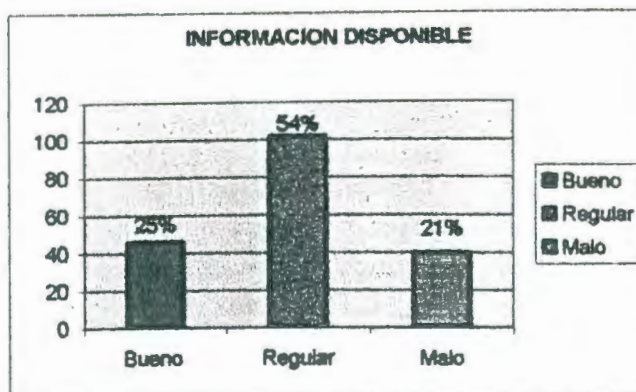
Gráfico No. 24



Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

El 61% califica de regular el trato especial, como bueno está el 36% y un 3% como malo. (Gráfico No. 24; Ver ANEXO II, Cuadro No. 24a)

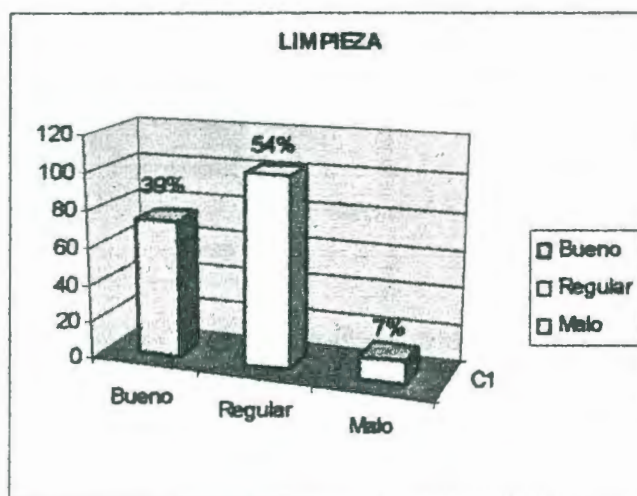
Gráfico No. 25



Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

De la información disponible, el 54% opinó como regular, el 25% como bueno seguido con el 21% de malo. (Gráfico No. 25; Ver ANEXO II, Cuadro No. 25a)

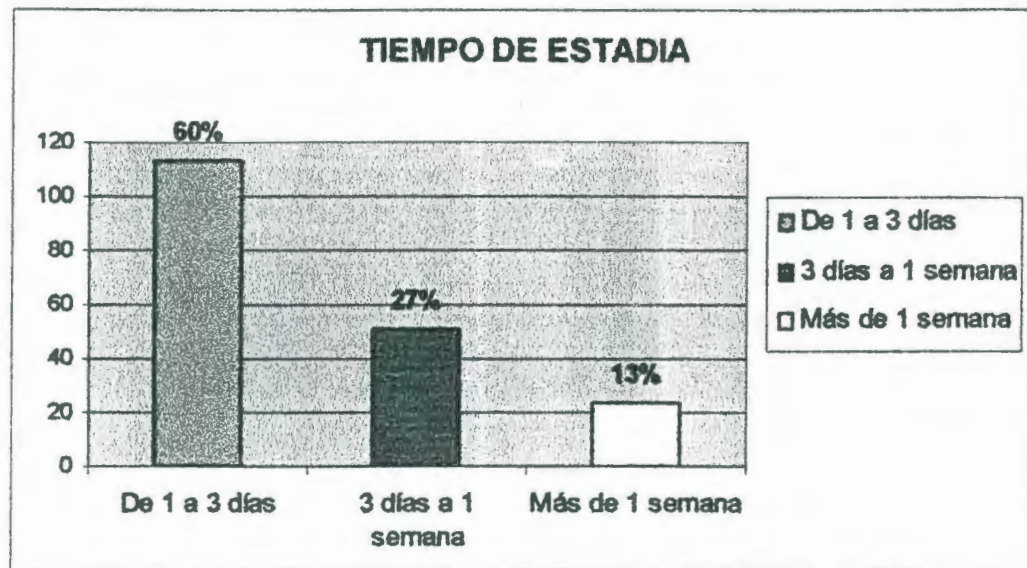
Gráfico No. 26



Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Respecto a la limpieza en la ciudad, el 39% calificó de bueno. El 54% opinó como regular siendo el mayor porcentaje y como malo el 7%. (Gráfico No. 26; Ver ANEXO II, Cuadro No. 26a)

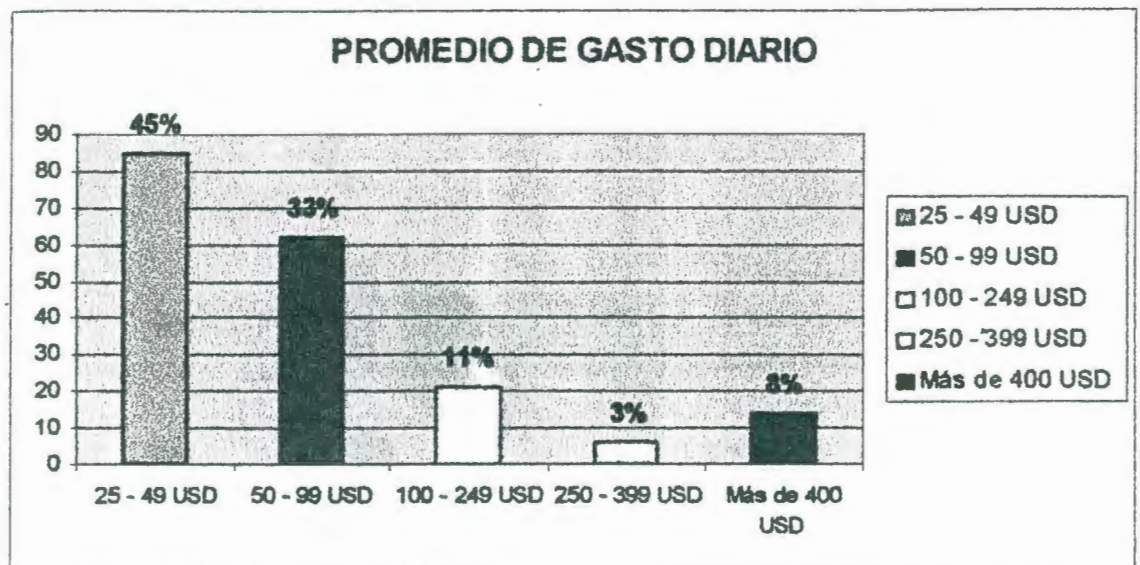
Gráfico No. 27



Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

La permanencia de la mayoría de los turistas es de 1 a 3 días y representa el 60%, esto se debe a que Guayaquil se ha encontrado catalogada por mucho tiempo como una ciudad de paso. Sin embargo existen un porcentaje de turistas que demuestra que en Guayaquil si es posible pernoctar por más días, el 27% de los encuestados se ubicó dentro del rango de 3 días a una semana. Las personas que visitan la ciudad por más de una semana representan un porcentaje bajo con el 13%. (Gráfico No. 27; Ver ANEXO II, Cuadro No. 27a)

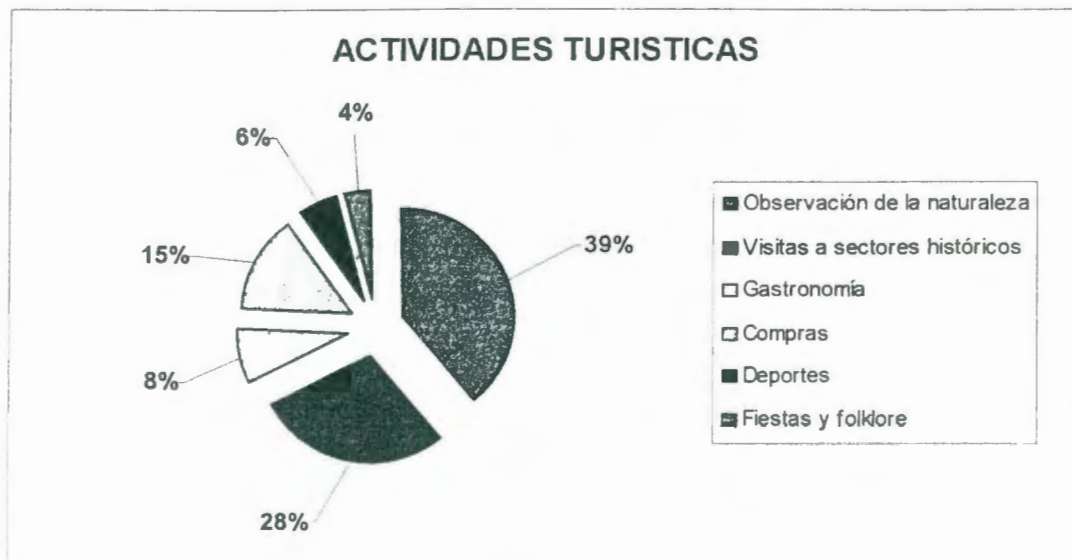
Gráfico No. 28



Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

El promedio de gasto diario que incluye alimentación, transportación y demás servicios que el visitante pueda consumir y adquirir, la mayoría de los turistas con el 45% escogió en las encuestas el rango de 25 a 49 USD, lo cual representa el rango de menor cantidad. Esto quiere decir que Guayaquil es una ciudad económica para los turistas, y que las personas que llegan aquí ya planifican ese presupuesto. El 33% de los encuestados tiene un promedio de gasto diario de 50 a 99 USD, este porcentaje es alto pero representa un gasto que los turistas aún consideran para las ciudades económicas. Los otros rangos tiene porcentajes relativamente bajos. (Gráfico No. 28; Ver ANEXO II, Cuadro No. 28a)

Gráfico No. 29

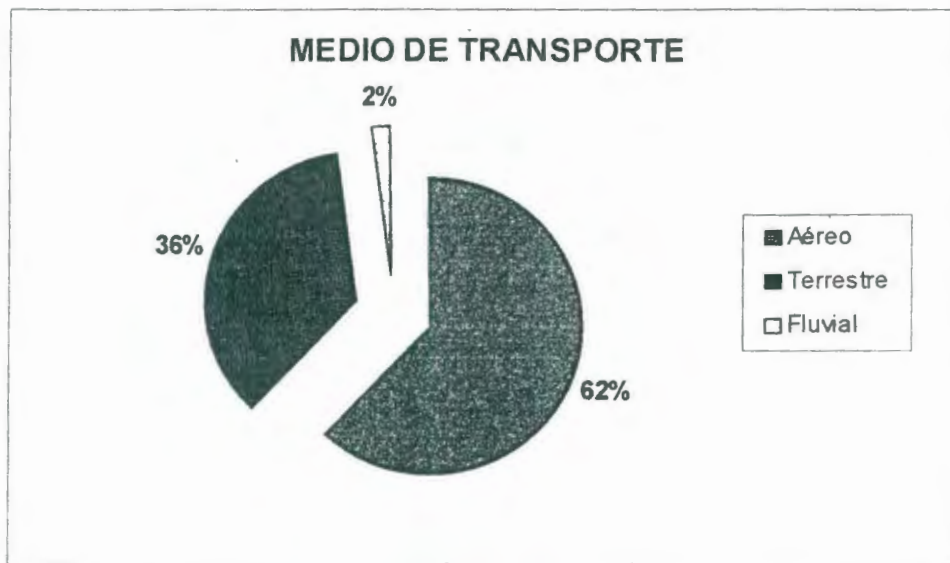


Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003

Elaboración: Autores

La actividad turística de mayor preferencia es "Observación de la naturaleza" con un 39%, seguida de las "Visitas a sectores históricos" con un 28%, lo cual refleja que los turistas visitan Guayaquil en busca de turismo cultural y ecológico en su mayoría. Con 15% se encuentra "Compras" y, "Gastronomía, Deportes y Fiestas" con porcentajes relativamente bajos en relación con el total. (Gráfico No. 29; Ver ANEXO II, Cuadro No. 29a)

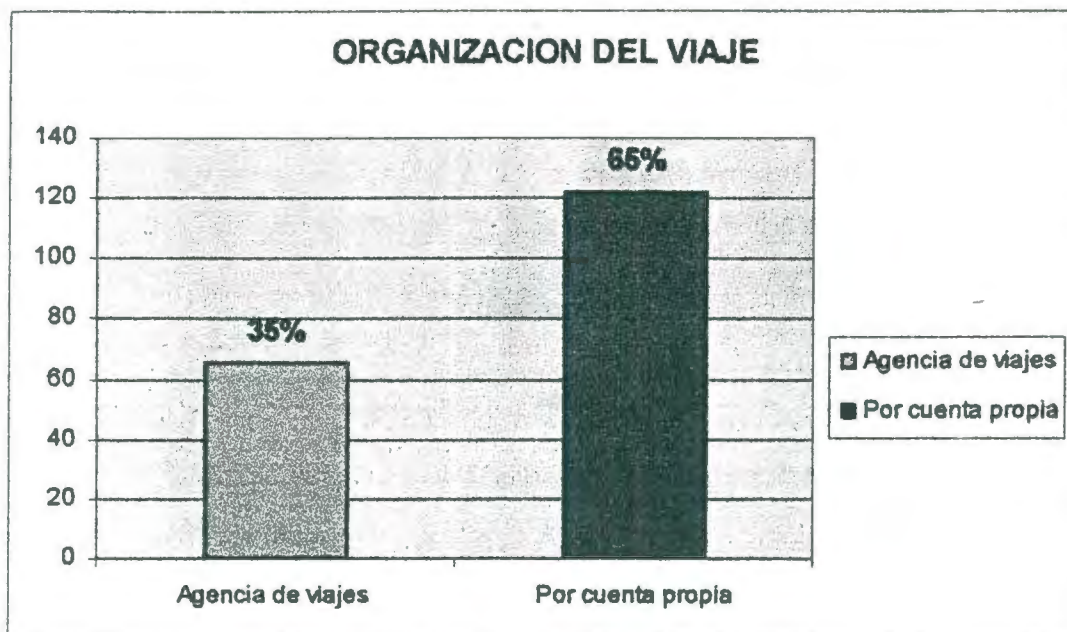
Gráfico No. 30



*Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores*

El transporte aéreo es el más usado por los turistas que llegan a Guayaquil, ya que tiene un porcentaje del 62%. Esto puede deberse a diferentes factores como tiempo, único medio de transporte desde su origen, o afinidad al mismo. La segunda opción es el medio terrestre con un 36%. El medio fluvial no tiene mucha acogida y su porcentaje es bajo. (Gráfico No. 30; Ver ANEXO II, Cuadro No. 30a)

Gráfico No. 31



Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003

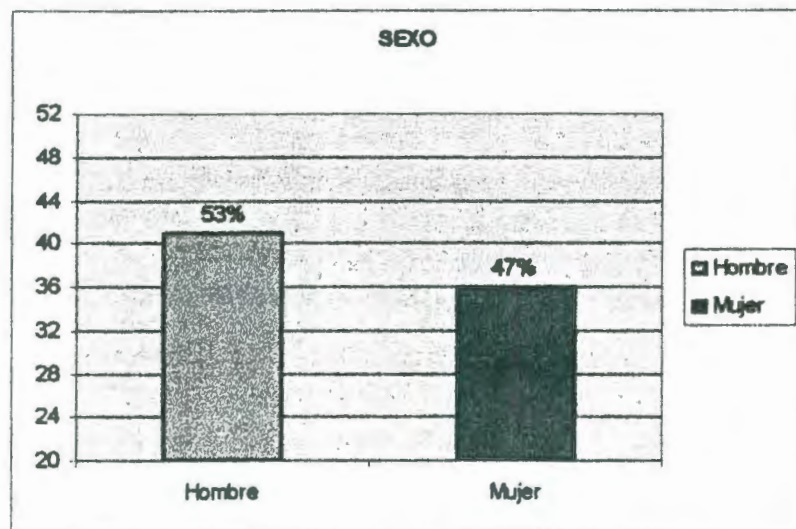
Elaboración: Autores

Incluyéndose ya a Guayaquil en los paquetes turísticos de las agencias operadoras como punto de destino, se observa que el 35% de los viajeros organizó su viaje a la ciudad por medio de agencias de viaje. Mientras que con un porcentaje mayor de turistas, la organización del viaje por cuenta propia predomina sobre el anterior obteniendo el 65%. (Gráfico No. 31; Ver ANEXO II, Cuadro No. 31a)

4.4 PERFIL DEL TURISTA NACIONAL

El perfil del turista nacional se determina con los factores de los mismos a continuación presentados con sus respectivos porcentajes.

Gráfico No. 32

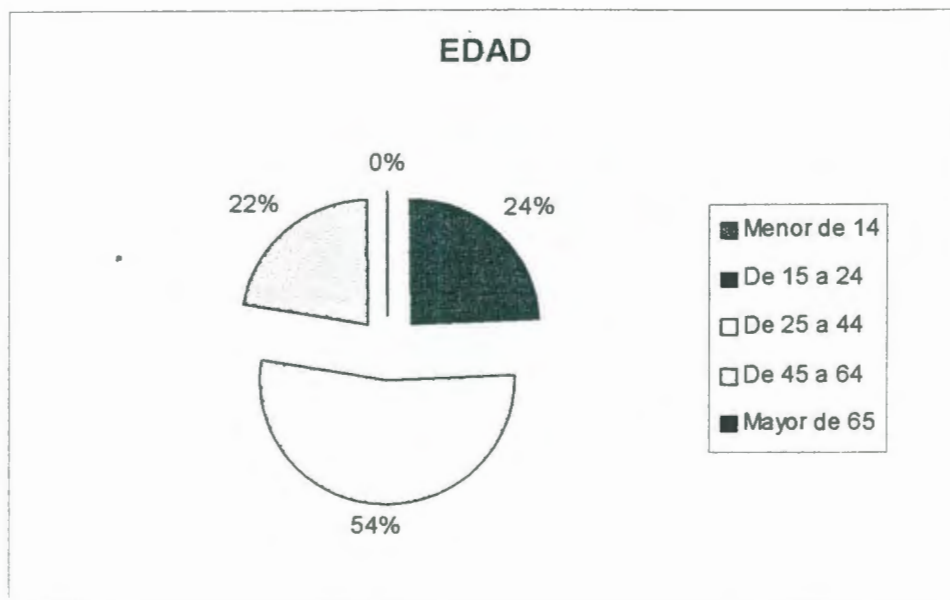


Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003

Elaboración: Autores

De los turistas nacionales encuestados, el grupo con mayor porcentaje fue el sexo masculino con 53% ya que el sexo femenino fueron el 47%. La diferencia de porcentajes es mínima. (Gráfico No. 32; Ver ANEXO III, Cuadro No. 32a)

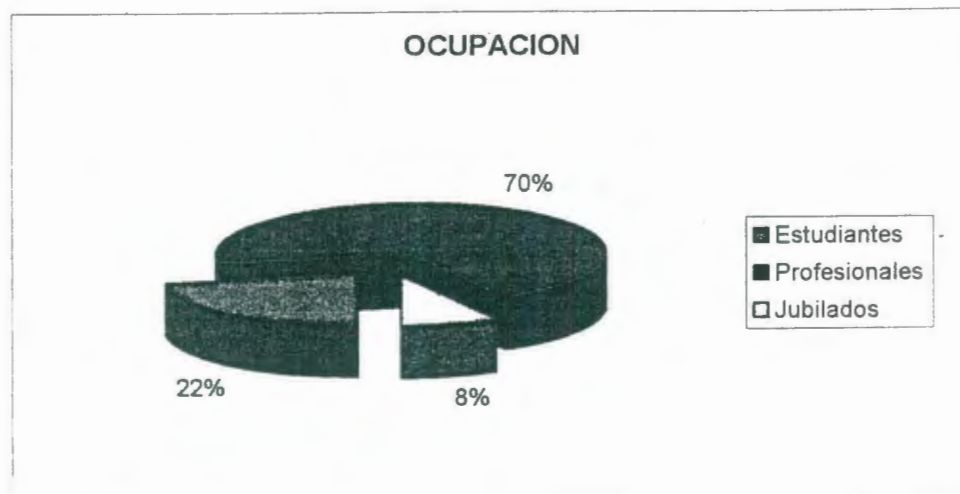
Gráfico No. 33



Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

El rango que comprende a los jóvenes entre 25 y 44 años son el grupo que llena el mayor porcentaje ya que representan el 54% de los encuestados, luego de este grupo se encuentran también jóvenes entre 15 y 24 años con el 24%. Esto indica que el turismo nacional en Guayaquil es acogido por los jóvenes. El siguiente grupo son los del rango de 45 a 64 años que representan los adultos con el 22%. Y por último con porcentajes muy bajos los de los rangos menores de 14 años y mayores de 65 años. (Gráfico No. 33; Ver ANEXO III, Cuadro No. 33a)

Gráfico No. 34



Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

De los encuestados, el 70% son profesionales. El 22% corresponde a estudiantes y sólo el 8% lo representan los jubilados. El ser profesionales por lo general significa que los visitantes poseen un ingreso fijo y no necesariamente que vayan a realizar un turismo elitista; pero si mantendrán un rango de gasto fijo ya sea alto o bajo. (Gráfico No. 34; Ver ANEXO III, Cuadro No. 34a)

Gráfico No. 35

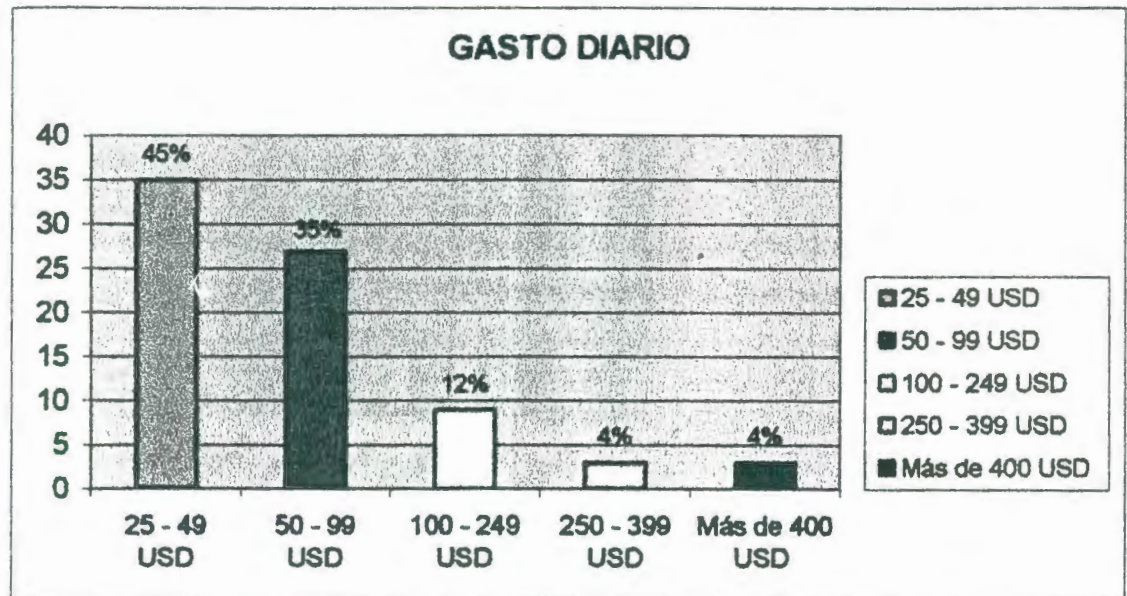


Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003

Elaboración: Autores

Las principales razones de visita de los turistas nacionales son el turismo, los negocios y las visitas a familiares. El turismo con el 43%, los negocios con el 25% y las visitas a familiares con el 22%. Mientras que los estudios, las compras, motivos de salud u otros son razones de visita a Guayaquil con porcentajes de mínimo valor. (Gráfico No. 35; Ver ANEXO III, Cuadro No. 35a)

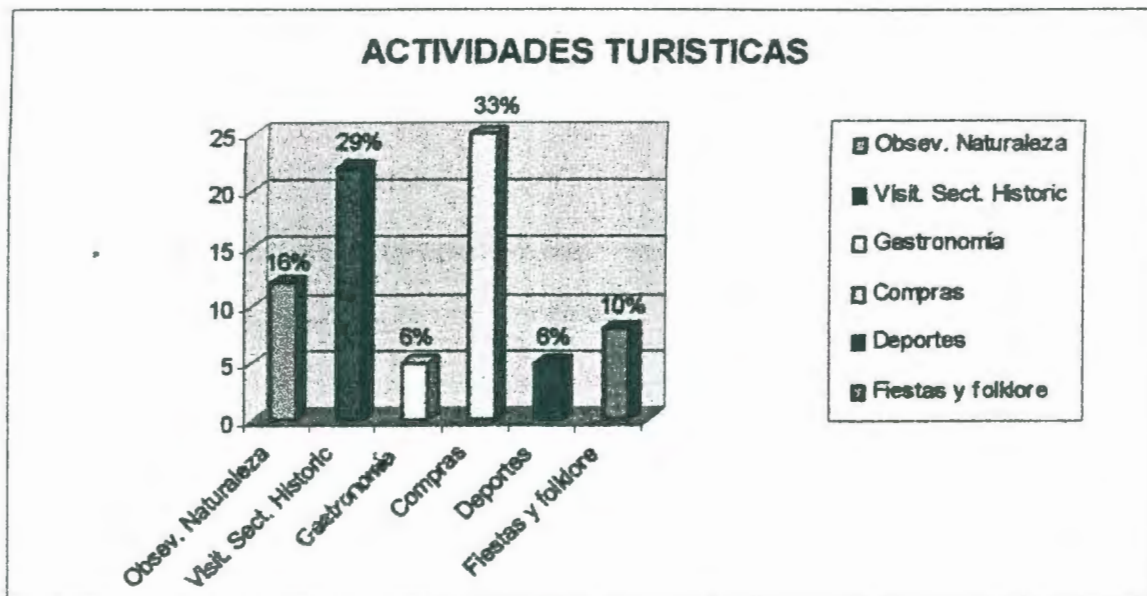
Gráfico No. 36



Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

El promedio de gasto diario de 25 a 49 USD es el de mayor acogida por los turistas ya que el 45% de los encuestados se encuentran en ese rango, este rango es el de menor cantidad de dinero. El siguiente rango es de 50 a 99 USD y ocupa el segundo lugar con un porcentaje alto también de 35%. Es decir que si sumamos estos porcentajes mostrará que el 80% de los encuestados se encuentran en los rangos de menor presupuesto o que no sobrepasan los 99 USD. Con el 12% se encuentra el rango de 100 a 249 USD y un 8% para otros rangos. (Gráfico No. 36; Ver ANEXO III, Cuadro No. 36a)

Gráfico No. 37



Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
 Elaboración: Autores

Las actividades de mayor agrado para los turistas son 3 principalmente: las compras que representan el 33% de preferencia, las visitas a sitios históricos con el 29% y la observación de la naturaleza con 16%, lo que demuestra que en Guayaquil se desarrolla con gran acogida el turismo cultural y ecológico. Las fiestas y folklore poseen un 10% y gastronomía y deportes con 6% cada uno. (Gráfico No. 37; Ver ANEXO III, Cuadro No. 37a)



LICTUR - BIBLIOTECA

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

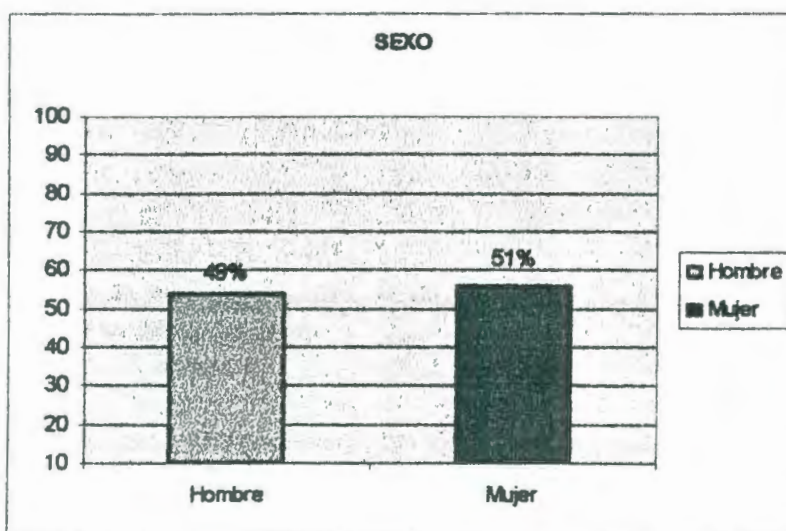
La mitad de los turistas nacionales que visitan Guayaquil lo representan los adultos aún jóvenes comprendidos entre los 25 y 44 años, revelando que Guayaquil es una ciudad que atrae a la juventud tal vez por el ritmo de vida que se lleva en la misma. Una de las características del turista es que posee espíritu de aventura, gusta de realizar compras, son hombres de negocios, profesionales, padres de familia.

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

4.5 PERFIL DEL TURISTA INTERNACIONAL

El perfil del turista internacional se determina con los factores de los mismos a continuación presentados con sus respectivos porcentajes.

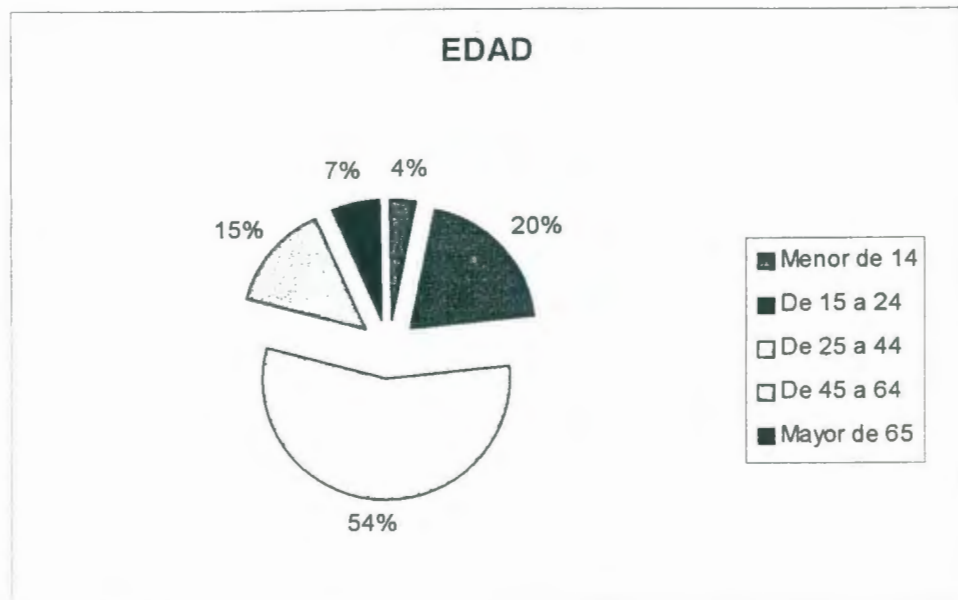
Gráfico No. 38



Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

En lo que respecta a la visita de turistas internacionales, se puede observar de los resultados obtenidos, que el porcentaje de mujeres supera en un 2% al porcentaje de hombres, no siendo muy distante uno del otro y demostrando la versatilidad de los atractivos de la ciudad. (Gráfico No. 38; Ver ANEXO IV, Cuadro No. 38a)

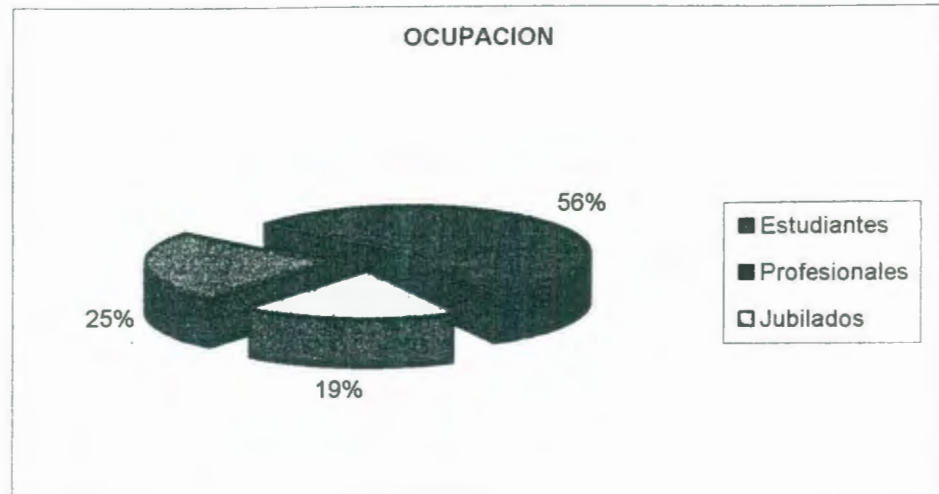
Gráfico No. 39



Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

De los visitantes que provenientes de otros países, el estudio demuestra que el 54% siendo el mayor, corresponde a turistas en el rango de edad entre 25 a 44 años, seguido con un 20% por turistas entre 15 a 24 años. El rango entre 45 a 64 años le corresponde un porcentaje del 15% y un 11% a otros rangos de edad relativamente bajos. Demostrando que tanto los visitantes jóvenes en su mayoría y visitantes adultos, se encuentran con mayor predisposición para visitar un país sudamericano en vía de desarrollo y exposición de su cultura. (Gráfico No. 39; Ver ANEXO IV, Cuadro No. 39a)

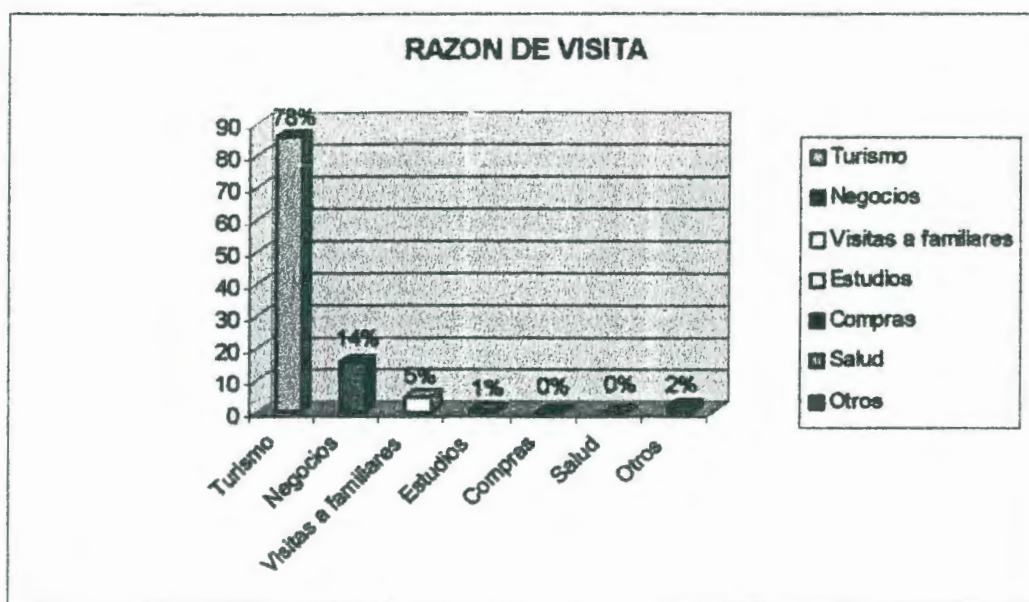
Gráfico No. 40



Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

El gráfico muestra con un 56% que la mayoría de los turistas que visitan la ciudad son profesionales. Los estudiantes poseen su espacio con un 25% y los Jubilados con el 19%. Siendo el porcentaje mayor los visitantes profesionales al igual que los nacionales, la mayoría de estos posee un ingreso fijo. (Gráfico No. 40; Ver ANEXO IV, Cuadro No. 40a)

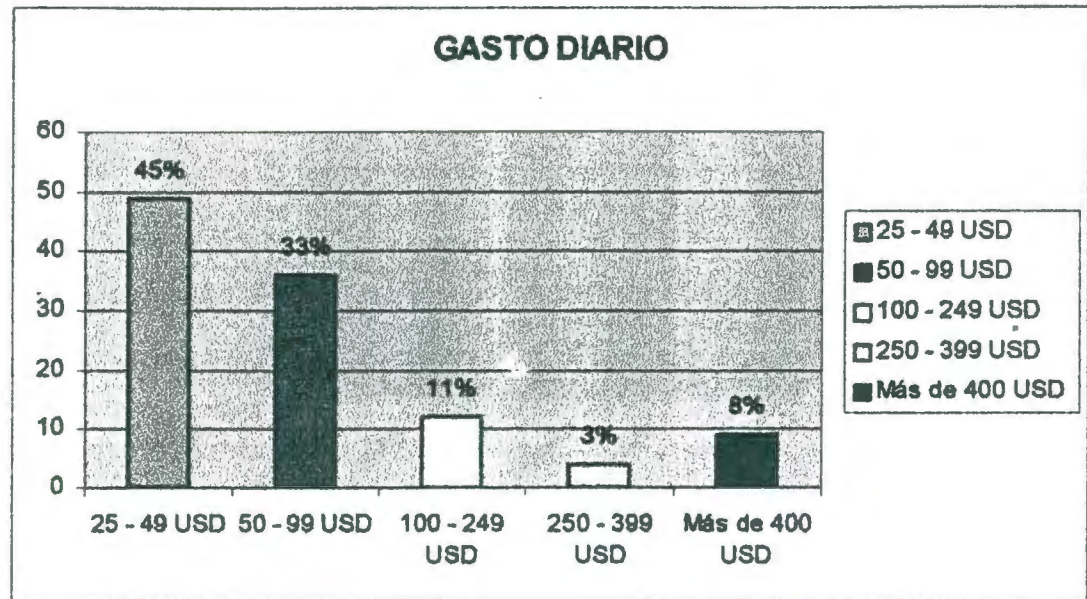
Gráfico No. 41



Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

El 78% de las personas de otros países que ingresan a la ciudad, tienen como principal motivo el Turismo. Siendo este el mayor número, queda claramente señalado que Guayaquil tiene atractivos turísticos importantes y llamativos para sus visitantes y posee la expectativa suficiente en sus futuras obras para atraer más turistas. Los negocios con el 14%, también es una de las razones por las cuales se recibe visitantes siendo ésta el alma de la ciudad. Por otras distintas razones un 8% de extranjeros visitan la ciudad encontrándola adecuada para sus propósitos. (Gráfico No. 41; Ver ANEXO IV, Cuadro No. 41a)

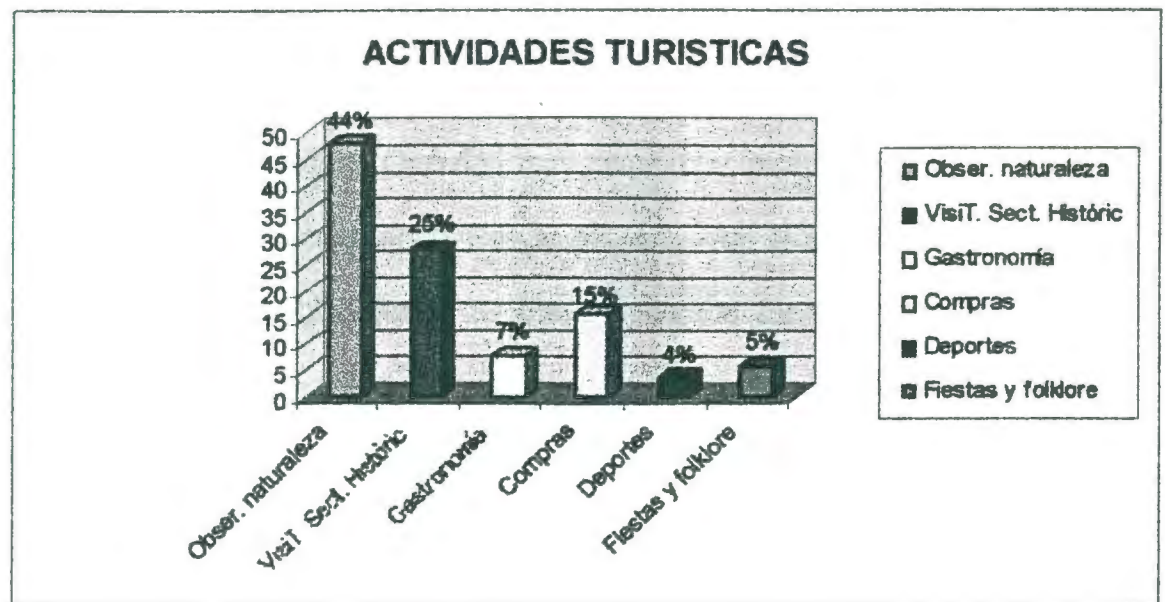
Gráfico No. 42



Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

En el rango de 25 a 49 USD diarios en consumos se encuentra el mayor porcentaje con el 45%. Con el 33% el consumo diario de los turistas está en el rango de 50 a 99 USD. El rango de 100 a 249 USD posee el 11% y otro igual para otros rangos de gasto diario. (Gráfico No. 42; Ver ANEXO IV, Cuadro No. 42a)

Gráfico No. 43



Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003

Elaboración: Autores

Entre los visitantes extranjeros, el 44% de ellos tiene como actividad principal la observación de naturaleza, seguido de las visitas a sectores históricos con el 25%. Un 15% tiene como destino la ciudad para realizar compras y con el 16% otras actividades turísticas como gastronomía, deportes y demás.

(Gráfico No. 43; Ver ANEXO IV, Cuadro No. 43a)

El turista internacional, en su mayoría europeo, visita la ciudad de Guayaquil por turismo, en busca de recreación o satisfacción psicológica, mostrándose con predisposición a aceptar y disfrutar de los distintos atractivos turísticos que les sean mostrados. Otro de los motivos muy importantes que impulsa al turista son los negocios, encontrando en la ciudad el lugar propicio para su realización. Las actividades de mayor acogida inclina hacia un turismo ecológico, de observación de naturaleza encontrando en ello satisfacción y paz. La visita de los sectores históricos y el conocimiento de su historia es también otro de motivos que hace atractivo la ciudad hacia los ojos de los visitantes.

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

De todos los turistas que visitan anualmente la ciudad de Guayaquil, la mayor parte son profesionales, otra parte un poco menor son estudiantes y jubilados, demostrando su conocimiento y preparación que los lleva a

apreciar todo lo que puedan observar y conocer, ya sea naturaleza o sectores históricos el cual posee la ciudad como su mayor atractivo.

4.6 REALIZACION DE PROPUESTA

La información turística disponible es un servicio muy importante que se debe instaurar en la ciudad, siendo imprescindible para el turista al momento de querer conocer algún nuevo atractivo y movilizarse por la ciudad. Los centros de información donde se puedan conocer los atractivos turísticos de la ciudad, alojamientos, restaurantes, entidades públicas y diplomáticas y demás servicios que pueda necesitar el turista son muy importantes para el buen desarrollo de la visita.

El turismo, convirtiéndose cada vez más en una de las principales fuentes generadoras de ingresos al país, se ve necesario implementar una campaña de promoción turística en la cual se realcen los atractivos turísticos y la calidad de los servicios a obtener, incentivando y seduciendo al turista con una buena imagen de la ciudad.

El crecimiento de la actividad turística en la ciudad y los ingresos de divisas que produce son otro de los factores importantes que los habitantes de la ciudad y ofertantes de los distintos servicios deben conocer. Es por ello que

se requiere una campaña de concientización que muestre al turismo como una de las principales fuentes de ingreso que posee la ciudad actualmente.

La seguridad pública es un factor importante para el desarrollo de la visita del turista y, para evitar algún suceso desagradable hacia el mismo y demás habitantes es necesario el incremento de la vigilancia policial con el fin de mantener la tranquilidad y el orden en la ciudad.

Por los resultados obtenidos, queda demostrado que el interés de los visitantes europeos esta incrementándose cada vez más así como también el de norteamericanos y sudamericanos. Es a todos estos a quienes debemos enfocarnos mostrando de forma adecuada nuestros atractivos turísticos y prestando la debida atención y servicio para una estadía agradable sabiendo vender lo que interesa y necesita cada uno.

CONCLUSIONES

- El turismo en Guayaquil ha ido desarrollándose gradualmente. Conforme a este desarrollo se pudo observar en la demanda turística un crecimiento paulatino según lo registran los ingresos de turistas a la ciudad año a año. Este aspecto resulta positivo porque el número de ingresos de turistas a la ciudad ha aumentado significativamente lo que demuestra que Guayaquil se proyecta como un atractivo potencial para el desarrollo del turismo en el país.
- El incremento de divisas es otra realidad que ha quedado demostrada en la balanza de pagos del país. Con el crecimiento de la demanda turística y el poder adquisitivo de la misma, la oferta turística y los distintos servicios en la planta turística se han desarrollado, generando plazas de trabajo y competitividad lo cual lleva a la **calidad** en el servicio.
- Los visitantes que recibe la ciudad provienen de diferentes partes del mundo pero según el estudio realizado se pudo conocer que el turista que más busca y visita Guayaquil son los provenientes de Europa de países como Alemania, España, Francia. Existen diferentes atractivos que los europeos encontrarán en la ciudad: una cultura diferente, el clima, los atractivos naturales, la gente, el estilo de vida. Guayaquil



resulta para ellos una ciudad hermosa y digna de visitar sin importar la lejanía que representa la ciudad o la diferencia de idioma.

- Guayaquil durante mucho tiempo fue considerada como una ciudad de paso. Actualmente, debido a la evolución turística que está experimentando la ciudad, el desarrollo y regeneración de sus atractivos turísticos y el interés que producen los mismos, llevan a los visitantes permanecer en la ciudad por periodos de tiempo más prolongados que un día.
- Uno de los factores que influye directamente en la demanda turística de Guayaquil es la promoción y difusión que se le da a la ciudad. Las agencias de viajes, operadores y mayoristas son los encargados de promocionar el país, por consiguiente también Guayaquil. Sin embargo anteriormente no consideraban a Guayaquil para realizar actividades turísticas, pero en los últimos años se ha observado por su parte más interés y apoyo hacia el desarrollo de la actividad turística dentro de la ciudad, considerando a Guayaquil dentro de sus itinerarios y paquetes turísticos.
- El turista nacional en su mayoría, cuando se encuentra de visita en Guayaquil, disfruta de realizar compras convirtiéndola en su principal actividad turística, en tanto que el turista extranjero encuentra su

satisfacción en la observación de naturaleza, calificándola como su principal actividad turística. Ambos turistas disfrutaron de su visita dejando muy marcado las actividades que gustan realizar mientras dura su estadía en la ciudad.

- Por los incrementos anuales de visitas a la ciudad y el retorno de otros anteriores, demuestra que Guayaquil tiene los atractivos turísticos necesarios para atraer a muchos más visitantes. Guayaquil encontrándose en un proceso de desarrollo turístico es capaz ya de satisfacer a los turistas que han quedado maravillados por las imponentes obras que posee. Proyectándose hacia un futuro no lejano, Guayaquil será uno de los principales motivos de visita que posea el país por su historia, belleza y jerarquía que siempre ha tenido.

RECOMENDACIONES

- La creación de centros de información turística es de suma importancia; los cuales deberán estar equipados con un inventario turístico de la ciudad, un inventario de los distintos servicios que pueda requerir el turista, tales como: hospedaje, restauración, transportación, entidades gubernamentales y diplomáticas. Dichos centros de información turística deberán estar en contacto con los distintos sectores de la planta turística y estarán en capacidad de hacer reservaciones a hoteles, aerolíneas y proveer de toda la información necesaria que el turista requiera de los atractivos de la ciudad. Los centros de información turística acogerá inquietudes y reclamos presentados por los distintos proveedores de servicios turísticos contribuyendo a la solución de los mismos. Estos centros de información turística deberán estar ubicados cerca de los atractivos turísticos que posea la ciudad y en algunos sitios de la infraestructura turística, de manera que sea de fácil ubicación para el visitante. Entre los sitios estratégicos podemos mencionar: Malecón 2000, Malecón del Salado, Plaza del Centenario, Parque Seminario, Terminal Terrestre de Guayaquil, Aeropuerto Internacional Simón Bolívar. Se recogerá información mensual sobre los principales problemas y aportará con estrategias de solución.

- La promoción de la ciudad de Guayaquil en el extranjero es muy importante para atraer visitantes. Para ello el Ministerio de Turismo con la Dirección Municipal de Turismo deberán realizar un esfuerzo en conjunto con el propósito de organizar paquetes turísticos en Guayaquil y cubrir sus costos, cuyos consumidores serán miembros de la prensa extranjera, con el objetivo de que conozcan los cambios que ha experimentado la ciudad e informen en sus respectivos medios de comunicación sobre la transformación de Guayaquil y la creación de sus imponentes obras. Esta estrategia de promoción es también aplicable a los agentes de viaje y mayoristas, quienes son los encargados de organizar paquetes turísticos. Una vez disfrutado de los servicios ofrecidos, los atractivos turísticos mostrados, y constatada la relevancia de Guayaquil para el país, los agentes de viaje y mayoristas incluirán a la ciudad de Guayaquil como uno de los puntos de visita en los paquetes turísticos que ofrezcan en el exterior.
- En unión de la Dirección Municipal de Turismo y la Cámara de Comercio de Guayaquil, se deberá realizar una campaña de concientización y promoción del turismo en Guayaquil dirigido a los y comerciantes de la ciudad. En la publicación mensual que distribuye la Cámara de Comercio de Guayaquil a todos sus afiliados, dedicar un artículo en el que se hable del turismo, la importancia que tiene ésta actividad en los ingresos de la ciudad e incentivar a los comerciantes a

desarrollar y ofertar los distintos servicios que puede necesitar el visitante y la manera adecuada de aprovechar esta actividad en crecimiento.

- La seguridad para los visitantes y los habitantes en general es de suma importancia para el bienestar social y para la actividad turística. Es por ello que las fuerzas del orden deberán crear una división llamada "Policía Turística". En cada atractivo turístico deberán estar ubicados dos miembros de dichas policías quienes serán los encargados de vigilar constantemente los lugares asignados a los que recurren los turistas y mantener el orden en caso de ocurrir algún hecho que perturbe el orden público. Los paraderos de los Transportes Públicos serán también otros de los lugares en los que se deberá ubicar un miembro de la Policía Turística, en donde controlarán el momento en que suben y bajan pasajeros de los transportes e intervendrán en caso de tener alguna sospecha.
- Debido al incremento de visitantes extranjeros, se recomienda agregar de forma obligatoria en el pensum académico tanto de colegio como de universidad, el estudio de un idioma extranjero los cuales pueden ser: inglés, alemán, francés, siendo estos los más importantes y utilizados actualmente.

ANEXOS

ANEXO I

Cuadro No. 1a

RANGO DE EDADES		
18-30 Años	103	54,78%
31-45 Años	34	18,09%
46-65 Años	36	19,15%
Otros	15	7,98%

Fuente: Encuesta realizada 27 Enero 2003 al 14 Febrero 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 2a

NACIONALIDAD		
Extranjeros	116	61,50%
Ecuatorianos	72	38,50%

Fuente: Encuesta realizada 27 Enero 2003 al 14 Febrero 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 3a

MOTIVOS DE VISITA		
Negocios	52	28,25%
Estudios	24	12,75%
Salud	5	2,75%
Turismo	68	36,00%
Compras	7	3,50%
Visitas a familiares	20	10,50%
Otros	12	6,25%

Fuente: Encuesta realizada 27 Enero 2003 al 14 Febrero 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 4a

ACTIVIDADES TURISTICAS DE PREFERENCIA		
Visitas a museos	45	24,00%
Parques recreac.	47	25,00%
Observ. de naturaleza	60	32,00%
Ferias, eventos, fiestas	18	9,50%
Folklore y Gastron.	14	7,25%
Otros	4	2,25%

Fuente: Encuesta realizada 27 Enero 2003 al 14 Febrero 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 5a

LUGARES DE PREFERENCIA		
Malecón 2000	86	45,75%
Barrios Las Peñas	44	23,25%
Centro Histórico	41	21,75%
Otros	17	9,25%

Fuente: Encuesta realizada 27 Enero 2003 al 14 Febrero 2003

Elaboración: Autores

Cuadro No. 6a

FACTORES POR MEJORAR		
Limpieza	35	18,25%
Seguridad	68	36,25%
Tráfico congest.	34	17,75%
Serv. Trans. interna	17	9,25%
Areas verdes	16	8,75%
Costo	18	9,75%

Fuente: Encuesta realizada 27 Enero 2003 al 14 Febrero 2003

Elaboración: Autores

ANEXO II

Cuadro No. 7a

SEXO		
Hombre	93	49,25%
Mujer	95	50,75%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 8a

EDAD		
Menor de 14	7	3,50%
De 15 a 24	38	20,25%
De 25 a 44	104	55,50%
De 45 a 64	28	15,00%
Mayor de 65	11	5,75%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 9a

NACIONALIDAD		
Norte América	48	25,75%
Sud América	45	23,75%
Europa	90	48,00%
Asia	3	1,75%
Otros	2	0,75%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
 Elaboración: Autores

Cuadro No. 10a

OCUPACION		
Estudiantes	37	19,75%
Profesionales	118	62,50%
Jubilados	33	17,75%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
 Elaboración: Autores

Cuadro No. 11a

NIVEL DE INSTRUCCION		
Escuela	7	3,50%
Colegio	47	25,25%
Universidad	120	64,00%
Otros	14	7,25%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 12a

PRIMERA VISITAS A GYE		
SI	134	71,50%
NO	54	28,50%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 13a

RAZON DE VISITA		
Turismo	139	73,75%
Negocios	29	15,50%
Visitas a familiares	13	6,75%
Estudios	2	1,25%
Compras	1	0,25%
Salud	0	0,00%
Otros	4	2,50%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 14a

MEDIO DE INFORMACION		
Guías turísticas	86	45,50%
Internet	16	8,25%
Televisión	10	5,50%
Brochures	18	9,75%
Magazines	9	5,00%
Agencias viajes	29	15,25%
Otros	20	10,75%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 15a

TIPO DE ALOJAMIENTO		
Hotel	113	60,00%
Hostal	40	21,25%
Hostería	3	1,50%
Motel	1	0,25%
Apart hotel	2	0,50%
Residenciales	4	2,75%
Otros	25	13,75%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 16a

PRODUCTO TURISTICO		
Bueno	113	60,00%
Regular	68	36,25%
Malo	7	3,75%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 17a

SEGURIDAD		
Bueno	92	48,75%
Regular	82	43,75%
Malo	14	7,50%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 18a

ALOJAMIENTO		
Bueno	113	60,00%
Regular	73	38,75%
Malo	2	1,25%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 19a

TRANSPORTACION		
Bueno	100	53,25%
Regular	78	41,75%
Malo	10	5,00%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 20a

CLIMA		
Bueno	102	54,00%
Regular	78	41,75%
Malo	8	4,25%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 21a

COMODIDAD		
Bueno	110	58,75%
Regular	72	38,00%
Malo	6	3,25%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 22a

COSTO		
Bueno	87	46,50%
Regular	77	41,00%
Malo	24	12,50%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 23a

IMAGEN AMBIENTAL		
Bueno	75	40,00%
Regular	91	48,50%
Malo	22	11,50%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 24a

TRATO ESPECIAL		
Bueno	68	36,00%
Regular	114	60,75%
Malo	6	3,25%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 25a

INFORMACION DISPONIBLE		
Bueno	46	24,75%
Regular	102	54,00%
Malo	40	21,25%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 26a

LIMPIEZA		
Bueno	74	39,25%
Regular	102	54,00%
Malo	12	6,75%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 27a

TIEMPO DE ESTADIA		
De 1 a 3 días	113	60,25%
3 días a 1 semana	51	27,25%
Más de 1 semana	24	12,50%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 28a

PROMEDIO DE GASTO DIARIO		
25 - 49 USD	85	45,00%
50 - 99 USD	62	33,00%
100 - 249 USD	21	11,25%
250 - 399 USD	6	3,25%
Más de 400 USD	14	7,50%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 29a

ACTIVIDADES TURISTICAS		
Observación de la naturaleza	73	39,00%
Visitas a sectores históricos	54	28,50%
Gastronomía	15	8,00%
Compras	28	14,75%
Deportes	11	5,75%
Fiestas y folklore	7	4,00%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 30a

MEDIO DE TRANSPORTE		
Aéreo	117	62,00%
Terrestre	67	36,00%
Fluvial	4	2,00%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 31a

ORGANIZACION DEL VIAJE		
Agencia de viajes	66	35,25%
Por cuenta propia	122	64,75%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003

Elaboración: Autores

ANEXO III

Cuadro No. 32a

SEXO		
Hombre	41	53,25%
Mujer	36	46,75%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 33a

EDAD		
Menor de 14	0	0,00%
De 15 a 24	19	24,49%
De 25 a 44	41	53,06%
De 45 a 64	17	22,45%
Mayor de 65	0	0,00%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 34a

OCUPACION		
Estudiantes	17	22,45%
Profesionales	54	69,39%
Jubilados	6	8,16%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 35a

RAZON DE VISITA		
Turismo	33	42,85%
Negocios	19	24,68%
Visitas a familiares	17	22,08%
Estudios	0	0,00%
Compras	2	2,60%
Salud	0	0,00%
Otros	6	7,79%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 36a

PROMEDIO DE GASTO DIARIO		
25 - 49 USD	35	45,45%
50 - 99 USD	27	35,06%
100 - 249 USD	9	11,69%
250 - 399 USD	3	3,90%
Más de 400 USD	3	3,90%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 37a

ACTIVIDADES TURÍSTICAS		
Obsev. Naturaleza	12	15,58%
Visit. Sect. Historic	22	28,57%
Gastronomía	5	6,49%
Compras	25	32,48%
Deportes	5	6,49%
Fiestas y folklore	8	10,39%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

ANEXO IV

Cuadro No. 38a

SEXO		
Hombre	54	48,65%
Mujer	57	51,35%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 39a

EDAD		
Menor de 14	4	3,70%
De 15 a 24	22	19,94%
De 25 a 44	62	55,28%
De 45 a 64	16	14,53%
Mayor de 65	7	6,55%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 40a

OCUPACION		
Estudiantes	28	24,79%
Profesionales	62	56,41%
Jubilados	21	18,80%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 41a

RAZON DE VISITA		
Turismo	87	78,39%
Negocios	16	14,41%
Visitas a familiares	5	4,50%
Estudios	1	0,90%
Compras	0	0,00%
Salud	0	0,00%
Otros	2	1,80%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 42a

PROMEDIO DE GASTO DIARIO		
25 - 49 USD	50	45,05%
50 - 99 USD	36	32,43%
100 - 249 USD	12	10,81%
250 - 399 USD	4	3,60%
Más de 400 USD	9	8,11%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

Cuadro No. 43a

ACTIVIDADES TURISTICAS		
Obser. naturaleza	49	44,14%
Visit. Sect. Históric	28	25,23%
Gastronomía	8	7,21%
Compras	16	14,41%
Deportes	4	3,60%
Fiestas y folklore	6	5,41%

Fuente: Encuesta realizada 19 Mayo 2003 al 12 Junio 2003
Elaboración: Autores

ANEXO VI

ENCUESTA DE LA DEMANDA TURISTICA

GUAYAQUIL

I. CARACTERISTICAS PERSONALES	10. Qué tiempo duró su estadía?																																																
1. Sexo Hombre <input type="checkbox"/> Mujer <input type="checkbox"/>	1 a 3 días <input type="checkbox"/> 3 días a una semana <input type="checkbox"/> Más de una semana <input type="checkbox"/>																																																
2. Edad Menores de 14 <input type="checkbox"/> de 45 a 64 <input type="checkbox"/> de 15 a 24 <input type="checkbox"/> más de 65 años <input type="checkbox"/> de 25 a 44 <input type="checkbox"/>	11. Grado de Satisfacción de los servicios recibidos <table border="1" data-bbox="976 537 1523 932"> <thead> <tr> <th></th> <th>B</th> <th>R</th> <th>M</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Producto turístico</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Seguridad</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Alojamiento</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Transportación</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Clima</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Comodidad</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Costo</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Imagen ambiental</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Trato especial</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Información disponible</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Limpieza</td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table> <p>B: Bueno ; R: Regular ; M: Malo</p>		B	R	M	Producto turístico				Seguridad				Alojamiento				Transportación				Clima				Comodidad				Costo				Imagen ambiental				Trato especial				Información disponible				Limpieza			
	B	R	M																																														
Producto turístico																																																	
Seguridad																																																	
Alojamiento																																																	
Transportación																																																	
Clima																																																	
Comodidad																																																	
Costo																																																	
Imagen ambiental																																																	
Trato especial																																																	
Información disponible																																																	
Limpieza																																																	
3. Nacionalidad																																																	
4. Ocupación																																																	
5. Nivel de instrucción Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Superior <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>																																																	
II. CARACTERISTICAS TURISTICAS OBJETIVAS	12. Promedio de gasto diario en su viaje																																																
6. Es su primera visita a Guayaquil? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	25 - 49 USD <input type="checkbox"/> 50 - 99 USD <input type="checkbox"/> 100 - 249 USD <input type="checkbox"/> 250 - 399 USD <input type="checkbox"/> 400 USD o más <input type="checkbox"/>																																																
7.Cuál fue su principal motivo de visita? Turismo, vacaciones <input type="checkbox"/> Negocios/ motivos profesionales <input type="checkbox"/> Visitas Familiares o amigos <input type="checkbox"/> Estudios <input type="checkbox"/> Compras o servicios personales <input type="checkbox"/> Salud <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>	13. Actividades turísticas de mayor agrado Observar naturaleza, flora, fauna <input type="checkbox"/> Visitar sistios históricos <input type="checkbox"/> Gastronomía <input type="checkbox"/> Realizar compras <input type="checkbox"/> Practicar deportes <input type="checkbox"/> Fiestas y folklore <input type="checkbox"/>																																																
8. A través de que medios se enteró de Guayaquil Guías turísticas <input type="checkbox"/> Brochures <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> Revistas <input type="checkbox"/> Televisión <input type="checkbox"/> Agencias de Viajes <input type="checkbox"/>	14. Medio de Transporte a Guayaquil Aéreo <input type="checkbox"/> Terrestre <input type="checkbox"/> Fluvial <input type="checkbox"/>																																																
9. Tipo de alojamiento Hotel <input type="checkbox"/> Apart hotel <input type="checkbox"/> Hostal <input type="checkbox"/> Residenciales <input type="checkbox"/> Hostería <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Motel <input type="checkbox"/>	15. Cómo organizó su visita a Guayaquil? Agencia de viaje <input type="checkbox"/> Por cuenta propia <input type="checkbox"/> <p style="text-align: center;">Gracias por su colaboración !!!</p>																																																

ANEXO VII

INQUIRY OF THE TOURIST DEMAND

GUAYAQUIL

<p>I. PROFILE</p>	<p>10. How many days did you stay here?</p> <p>1 to 3 days <input type="checkbox"/></p> <p>3 days to a week <input type="checkbox"/></p> <p>More than a week <input type="checkbox"/></p>																																																
<p>1. Sex</p> <p>Male <input type="checkbox"/> Female <input type="checkbox"/></p>	<p>11. Satisfaction grade of the received services</p> <table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th></th> <th style="text-align: center;">G</th> <th style="text-align: center;">R</th> <th style="text-align: center;">B</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Tourist product</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Security</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Lodging</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Transportation</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Weather</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Comfort</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Price</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Enviroment image</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Preferential attention</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Available information</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Cleaning</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>G: good ; R: regular ; B: bad</p>		G	R	B	Tourist product				Security				Lodging				Transportation				Weather				Comfort				Price				Enviroment image				Preferential attention				Available information				Cleaning			
		G	R	B																																													
Tourist product																																																	
Security																																																	
Lodging																																																	
Transportation																																																	
Weather																																																	
Comfort																																																	
Price																																																	
Enviroment image																																																	
Preferential attention																																																	
Available information																																																	
Cleaning																																																	
<p>2. Age</p> <p>Less than 14 <input type="checkbox"/> from 45 to 64 <input type="checkbox"/></p> <p>from 15 to 24 <input type="checkbox"/> more than 65 <input type="checkbox"/></p> <p>from 25 to 44 <input type="checkbox"/></p>																																																	
<p>3. Nacionality</p>																																																	
<p>4. Occupation</p>																																																	
<p>5. Instruction level</p> <p>School <input type="checkbox"/></p> <p>High School <input type="checkbox"/></p> <p>University <input type="checkbox"/></p> <p>Others <input type="checkbox"/></p>																																																	
<p>II. OBJECTIVE TOURIST PROFILE</p>	<p>12. Average of daily expense in your trip</p> <p>25 - 49 USD <input type="checkbox"/></p> <p>50 - 99 USD <input type="checkbox"/></p> <p>100 - 249 USD <input type="checkbox"/></p> <p>250 - 399 USD <input type="checkbox"/></p> <p>400 USD or more <input type="checkbox"/></p>																																																
<p>6. Is this your first visit to Guayaquil?</p> <p>Yes <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p>	<p>13. Tourist activities of more affability</p> <p>Observation of nature, flora, fauna <input type="checkbox"/></p> <p>Visit to historic sectors <input type="checkbox"/></p> <p>Gastronomy <input type="checkbox"/></p> <p>Shopping <input type="checkbox"/></p> <p>Sports practicing <input type="checkbox"/></p> <p>Celebrations and folklore <input type="checkbox"/></p>																																																
<p>7. What was your first reason to visit Guayaquil?</p> <p>Tourism, vacations <input type="checkbox"/></p> <p>Business/ profesional reasons <input type="checkbox"/></p> <p>Visit to family or friends <input type="checkbox"/></p> <p>Studies <input type="checkbox"/></p> <p>Shopping or personal services <input type="checkbox"/></p> <p>Health <input type="checkbox"/></p> <p>Others <input type="checkbox"/></p>																																																	
<p>8. How did you get information about Guayaquil?</p> <p>Tourist guides <input type="checkbox"/> Brochures <input type="checkbox"/></p> <p>Internet <input type="checkbox"/> Magazines <input type="checkbox"/></p> <p>Television <input type="checkbox"/> Travel's Agency <input type="checkbox"/></p>	<p>14. Mean of Transport to Guayaquil</p> <p>Air <input type="checkbox"/></p> <p>Land <input type="checkbox"/></p> <p>Fluvial <input type="checkbox"/></p>																																																
<p>9. Type of lodging</p> <p>Hotel <input type="checkbox"/> Apart hotel <input type="checkbox"/></p> <p>Hostal <input type="checkbox"/> Residential <input type="checkbox"/></p> <p>Inn <input type="checkbox"/> Others <input type="checkbox"/></p> <p>Motel <input type="checkbox"/></p>	<p>15. How did you plan your visit to Guayaquil?</p> <p>Travel's Agency <input type="checkbox"/></p> <p>By your own <input type="checkbox"/></p> <p style="text-align: center;"><i>Thanks for your cooperation !!!</i></p>																																																

BIBLIOGRAFIA

1. ESTADISTICA.-

Murray R. Spiegel.- Segunda edición.- Editorial McGraw-Hill.- Madrid
1991

2. ESTADISTICA PARA LOS NEGOCIOS Y LA ECONOMIA.-

Paul Newbold.- Cuarta edición.- Editorial Prentice Hall.- Madrid 1998

3. INFORMACION ESTADISTICA MENSUAL.-

Banco Central del Ecuador.- (N° 1803).- Mayo 31 2002

4. INVENTARIO GENERAL DE GUAYAQUIL.-

Ministerio de Turismo.- Subsecretaria del Litoral.- 1993

5. MICROECONOMIA.-

Dominick Salvatore.- Tercera edición.- Editorial McGraw-Hill.-
Colombia 1996