

MIGUEL CANALES / EXPRESO



Análisis. La investigación, llevada a cabo por un grupo de alumnos y docentes de la Espol, se basa en la percepción de los visitantes de este sitio.

\$ 1,14 millones vale el Malecón, dice estudio

Un informe revela el 'valor económico' desde la **percepción del visitante** ■ Es diferente al concepto usual de **costo de la obra**

■ REDACCIÓN GUAYAQUIL

No se trata de la inversión hecha en el Malecón Simón Bolívar ni de un avilío de su infraestructura; sino del 'valor económico' del bien, según lo que sus usuarios perciben y están dispuestos a pagar cuando lo visitan. Es decir, una visión desde la demanda, no de la oferta.

Los visitantes -que en promedio acuden 14 veces al año-, tienen una percepción positiva de la seguridad y de la calidad de los bienes y servicios que ofrece.

Estas características hacen que, según la impresión de los visitantes, el valor económico total del Malecón Simón Bolívar sea de \$ 1,14 millones anuales. Esto, con base en el número anual estimado de visitas, que es de 24,6 millones, según datos de la Fundación Malecón 2000.

Esta poco usual valoración surge de un estudio técnico realizado por la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas (FCSH)

de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (Espol). Su objetivo es mostrar que las personas aprecian este bien y que, por tanto, estarían dispuestas a pagar en él.

EL DETALLE

Estudio. Fue premiado en el concurso de investigación científica organizado este año por la Senescyt.

El estudio se desarrolló a partir de los resultados de 332 encuestas, elaboradas hace un año, basado en el método de costo de viaje, que incluye variables como el costo de traslado, tiempo de viaje, gastos en el sitio, frecuencia de visitas y características socioeconómicas de los turistas.

De ese modo se determinó también 'el excedente económico promedio' de un turista en este sitio. Es decir, la diferencia entre lo que están dispuestos a gastar y lo que en realidad gastan. Ese valor es de \$ 46,28 por visita.

CONCLUSIONES

1 CALIDAD
■ Debería mantenerse y mejorarse, porque los usuarios tienen una percepción positiva de esta. Para esto se debería seguir invirtiendo.

2 CULTURA
■ Los lugares que ofrecen actividades culturales en el Malecón son los menos visitados. Se debería mantenerlos y promocionarlos.

3 USUARIOS
■ Personas con ingresos mensuales mayores a \$ 1.600 visitan menos el Malecón. Deberían diseñarse estrategias de promoción para este grupo.

Manuel Zambrano, catedrático de la Espol, es uno de los autores. Señala como conclusión que no está mal invertir en la calidad, "porque si se pierde, lo más seguro es que las visitas disminuyan".

Entre los resultados se resalta que la principal actividad que realizan los visitantes en el Malecón es caminar. Le siguen comer y beber, y solo después, comprar.

Asimismo, revela que personas cuyos ingresos mensuales son mayores a \$ 1.600 van al Malecón en menor medida. "Esto podría sugerir que es un bien inferior para cierto tipo de visitantes", dice Zambrano, por lo que recomienda buscar maneras de promocionarlo a este grupo.

Con ese criterio concuerda Martha Salinas, una guayaquileña que visita el Malecón en épocas festivas. "Si se puede incrementar otras novedades para atraer al turismo sería mejor", opina, aunque también rescata la labor de Fundación Malecón 2000 y del Municipio porteño.