



380.14591
CHA
C-2

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL



Facultad de Ingeniería Marítima y Ciencias del Mar

“La Comuna Valdivia como Centro Turístico”



TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN TURISMO



Presentada por:

CARMEN CHALÉN ANGEL

MARJORIE GONZÁLEZ TEJADA

06-03-03
DR

GUAYAQUIL - ECUADOR



AGRADECIMIENTO

*Yo, Carmen Chalén Angel, quiero agradecer formalmente a los Licenciados en Arqueología AMELIA SANCHEZ, MARCO **SUAREZ** y OSWALDO TOBAR, por su ayuda y colaboración durante la realización de esta tesis, y a M.Sc. JERRY LANDIVAR, por su paciencia y colaboración como director de este trabajo.*

Yo, Marjorie González Tejada, primeramente agradezco a DIOS por haberme brindado la oportunidad de estudiar y culminar mi carrera, y también a las personas que colaboraron en el desarrollo de la tesis.

DEDICATORIA

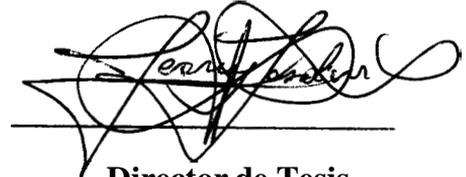
Yo, Carmen Chalén Angel, dedico este trabajo a DIOS todopoderoso por habernos iluminado en todo momento.

*A Gloria, Jaime, Raquel, Fanny, Ma. Luisa, Manuel y a mis queridos **padres** Simona y Manuel por siempre haberme apoyado y por su paciencia infinita para que terminara esta tesis.*

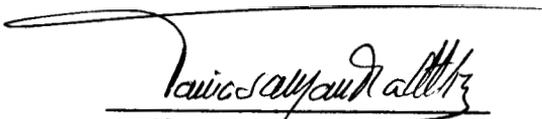
*Yo, Marjorie González Tejada, dedico esta tesis a mi familia Digna de González, Fernando González y Fernando González Jr. Por **darme** el amor, el **apoyo** y la paciencia infinita que necesite en el transcurso del desarrollo de la tesis.*



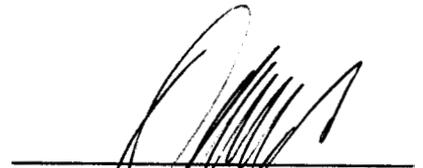
Presidente Tribunal



Director de Tesis



Miembro Principal



Miembro Principal

DECLARACIÓN EXPRESA

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

(Reglamento de Exámenes y Títulos profesionales de la ESPOL).



Carmen del Rocío Chalén Angel



Marjorie González Tejada



RESUMEN

Nuestra tesis plantea el desarrollo de un poblado costero, llamado VALDIVIA como un CENTRO TURISTICO SECUNDARIO, para lo cual es primordial conocer aspectos geográficos e históricos del área.

El inventario de atractivos, de planta e infraestructura, nos ayudan a establecer el tipo de atractivos presentes y a quien dirigir el mercado.

El “equipamiento” que impulse el turismo en Valdivia, se basa en la implementación de Cabañas de ALOJAMIENTO, de una remodelación del ECO-MUSEO VALDIVIA y una Cabaña que funcionará como CENTRO DE INTERPRETACIÓN.

Un proyecto turístico solicita antes de efectuar su inversión una investigación del mercado. Mediante encuestas a Hoteleros y Turistas que salen a la Península de Santa Elena establecimos el comportamiento histórico de la demanda y el perfil del turista.

Con datos como: FECHA DE INGRESO DE TURISTAS, PROCEDENCIA DEL TURISTA, EDAD, INDICE DE OCUPACION EN TEMPORADAS, etc. se elaboraron cuadros estadísticos, para una mejor presentación y comprensión del tema.

Problemáticas en aspectos legales, social-cultural y ecológico, son tratadas a manera de orientación para el lector. El empleo del Monitoreo Técnico, son recomendaciones de gran valor, no sólo aplicables a Valdivia sino a toda población interesada en un buen desarrollo. Con las matrices de LEOPOLD analizamos la construcción del equipamiento propuesto, que como todo cambio genera puntos positivos y negativos. Finalmente la Capacidad de Carga de la Playa al igual que el F.O.D.A. permiten conocer hasta donde llega el desarrollo sustentable de nuestra comunidad escogida.

ÍNDICE GENERAL

| | Pág. |
|--|------|
| RESUMEN..... | VI |
| INDICE GENERAL..... | VII |
| INDICE DE FOTOS..... | IX |
| INDICE DE GRAFICOS..... | XI |
| INDICE DE TABLAS..... | XII |
| INTRODUCCION..... | 1 |
| I. MARCO REFERENCIAL..... | 3 |
| 1.1.¿Qué es un Centro Turístico?..... | 3 |
| 1.2.Tipos de Centros Turísticos..... | 4 |
| 1.2.1.Centro Turístico Urbano..... | 4 |
| 1.2.2.Centro Turístico Secundario..... | 4 |
| 1.3.Análisis del lugar de la Comuna..... | 5 |
| 1.3.1. Bosquejo Geográfico..... | 6 |
| 1.3.2.Proceso de Desarrollo Histórico..... | 6 |
| 1.3.3.Organización Administrativa..... | 27 |
| II. ESTRUCTURACIÓN DEL ÁREA COMO CENTRO TURÍSTICO..... | 28 |
| 2.1. Aspectos Técnicos..... | 28 |
| 2.1.1. Características de los Atractivos..... | 30 |
| 2.1.2. Características de la Planta Turística..... | 54 |
| 2.1.3. Características de la Infraestructura..... | 57 |

| | |
|--|-----|
| 2.1.3. Características de la Infraestructura..... | 57 |
| 2.2. Facilidades..... | 59 |
| 2.2.1. Centros de Alojamiento y Alimentación..... | 62 |
| 2.2.2. Museos de sitio y centros de interés cultural y artesanal no solamente del sitio, sino de su área de influencia..... | 65 |
| 2.2.3. Centros de Interpretación..... | 71 |
| 2.3. Recorridos recomendados..... | 73 |
| III. ANALISIS DE MERCADO..... | 75 |
| 3.1. Mercado Objetivo. Tipo de turismo..... | 75 |
| 3.2. Análisis de la demanda..... | 78 |
| 3.3. Potencialidad de la oferta..... | 85 |
| IV. AMENAZAS..... | 90 |
| 4.1. Problemática del Aspecto Legal y sus posibles soluciones..... | 90 |
| 4.2. Problemática del Aspecto Social y Cultural..... | 93 |
| 4.3. Problemática del Aspecto Ecológico..... | 98 |
| 4.4. Monitoreo Técnico | 106 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 112 |
| ANEXOS..... | 116 |
| GLOSARIO..... | 174 |
| BIBLIOGRAFIA..... | 177 |

ÍNDICE DE FOTOS

| | Pág. |
|--|-------------|
| Vasija de barro y un pequeño contenedor de cal..... | 115 |
| Castillo de Lertori..... | 125 |
| Comida típica..... | 125 |
| Ficha de Cerro del Carmen..... | 127 |
| Ficha de la Playa de Valdivia..... | 128 |
| Ficha del Río Valdivia..... | 129 |
| Ficha del Mar de Valdivia..... | 130 |
| Ficha del Eco-museo Valdivia..... | 131 |
| Ficha del Museo “Las Calaveras”..... | 132 |
| Ficha de Ruinas y lugares arqueológicos..... | 133 |
| Ficha de la Procesión de la Virgen del Carmen..... | 134 |
| Ficha de Festividades Religiosas “Academia de la Virgen de Czestochowa”. | 135 |
| Ficha de Festividades Religiosas “Mesa de difuntos”..... | 136 |
| Ficha de artesanías..... | 137 |
| Ficha de escultura..... | 138 |
| Ficha del Acuario..... | 139 |
| Ficha de Alojamiento en el Eco-museo..... | 141 |
| Ficha de la cafetería del acuario..... | 142 |
| Ficha del transporte público..... | 143 |
| Ficha de comercio turístico..... | 144 |
| Ficha de Comercio turístico “Las Calaveras”..... | 145 |

| | |
|--|------------|
| Agricultor con cocina (fogón) y azadón..... | 162 |
| Iglesia de Valdivia..... | 163 |
| Tomando medidas del río Valdivia..... | 164 |
| Artesanías del Sr. Gerardo Yagual..... | 165 |
| Museo del Sr. León Ricaurte..... | 166 |
| Catedral de Santa Elena..... | 167 |
| Playa de San Pablo..... | 168 |
| Playa de Monteverde..... | 169 |
| Playa de San Pedro..... | 170 |
| Playa de Valdivia..... | 171 |
| Exterior del hostel Valdivia Eco-lodge..... | 172 |
| Cabañas de Valdivia Eco-lodge..... | 173 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | Pág. |
|---|-------------|
| Gráfico # 1. Estructura administrativa de la comuna..... | 27 |
| Gráfico # 2.-Fechas de ingreso de turistas..... | 81 |
| Gráfico # 3.-Procedencia de turistas..... | 82 |
| Gráfico # 4.-Edad aproximada de turistas..... | 82 |
| Gráfico # 5.-Índice de ocupación de turistas..... | 83 |
| Gráfico # 6.-¿Conocen la Cultura Valdivia?. ¿Les gustaría Visitarla?..... | 84 |
| Gráfico # 7.- Lugares visitados en vacaciones..... | 84 |
| Gráfico # 8.- Capacidad de las servicios turísticos.,..... | 85 |
| Gráfico # 9.-Costos de los servicios turísticos..... | 86 |
| Gráfico #10.-¿Le molesta la presencia de personas extrañas? | 94 |
| Gráfico # 11.-¿Estaría dispuesto a dejar su trabajo?..... | 95 |
| Gráfico #12.-Aspectos que requieren mayor atención en Valdivia.,..... | 96 |
| Gráfico #13.-¿Cómo ve el futuro de Valdivia?..... | 97 |
| Gráfico #14.-Piensa que el turismo beneficiaría a Valdivia.,..... | 97 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | Pág. |
|---|-------------|
| Tabla # I.- Calendario de festividades..... | 22 |
| Tabla # II.-Inventario de los atractivos turísticos..... | 29 |
| Tabla # III.- Inventario de la planta turística..... | 29 |
| Tabla # IV.- Inventario de la infraestructura turística.,..... | 30 |
| Tabla # V.- Parámetros de evaluación de atractivos..... | 43 |
| Tabla # VI.- Servicios que ofrecen las hosterías, paradores y refugios..... | 61 |
| Tabla # VII.- Descripción del contenido del museo..... | 67 |
| Tabla # VIII.- Remodelación del museo (matriz de Leopold)..... | 100 |
| Tabla # IX.- Creación del centro de interpretación (matriz de Leopold).... | 101 |
| Tabla # X.- Construcción de cabañas (matriz de Leopold)..... | 103 |
| Tabla # XI.- F.O.D.A. de la comuna Valdivia..... | 109 |

INTRODUCCIÓN

La población ecuatoriana esta representada en un porcentaje significativo en la zona costera, este porcentaje ha sido más importante **en** los últimos 10 años, originando como consecuencia un incremento en las necesidades básicas y creando un conflicto sobre los recursos que **se** explotan.

Considerando la gran demanda de recursos originados por el incremento desordenado en la población, se ve al turismo **y** específicamente al ecoturismo **como una** alternativa que permita la explotación sustentable de los recursos por parte de los comuneros.

Actualmente el desarrollo de centros turísticos costeros es de **gran** importancia para nuestro país, el mismo que **se** proyecta nacional e **internacionalmente** en el cariz turístico.

A pesar de los inconvenientes que ha tenido la zona costera tales como el Fenómeno de El Niño y la crisis económica entre **otros**, esto **no** impidió la idea de desarrollar a Valdivia como un Proyecto Turístico.

A través de nuestra tesis “LA COMUNA VALDIVIA COMO CENTRO TURISTICO se analiza técnicamente dicha comuna **y se** determina la factibilidad de los cambios necesarios para su potencial desarrollo turístico.

Nuestro objetivo principal es *dar* una opción de avance turístico en la costa **al** resaltar la importancia merecida que tiene Valdivia y la Península de Santa Elena. Para llegar a este objetivo se programó, organizó **y** se evaluó técnicas y procedimientos que promuevan el desarrollo de la tesis ya mencionada. Objetivos tales **como** elevar la calidad de vida de la población de Valdivia e **incentivar** la identidad cultural no solo de los pobladores de la comuna sino también de todos los ecuatorianos **se** desarrollan mediante técnicas tales como el análisis de mercado y el FODA en **las** páginas de **ésta** tesis.

La pregunta ¿es posible que la comuna Valdivia **sea** turística **y** por ende **se** convierta en un centro turístico?, es respondida por la hipótesis principal de ver a la comuna Valdivia como un futuro centro turístico, la *cual* se compone de un conjunto de pequeñas hipótesis **como** son las propuestas de cabañas de alojamiento, **una** remodelación del eco-museo **y** por supuesto la creación e instalación de un centro de interpretación.

Para procurar la realidad de nuestra tesis es indispensable que los análisis llevados a **cabo** *sean* asimilados por **sus** habitantes, los **turistas** y entidades turísticas que promocionen el **área**.

CAPITULO 1

ARCO ICIAL

1.1.¿Qué es un Centro Turístico?

Es todo conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio o dentro de **su** radio de influencia que puede ser de 1 a 2 horas de distancia tiempo aproximadamente (ver anexo # 1-a), con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficiente de las siguientes categorías y tipos:

- Alojamiento.
- Alimentación.
- Esparcimiento.
- Agencias de viajes de acción local.
- Información turística.
- Comercios turísticos.
- Oficinas de teléfonos, correos, telégrafos, telex, fax, modem e internet.

- Sistema de transporte interno (regional o local) e internacional de acuerdo con la jerarquía del centro.

1.2. Tipos de Centros Turísticos

De acuerdo a los apuntes de Planificación Turística existen dos tipos de Centros Turísticos.

1.2.1. Centro Turístico Urbano

Son ciudades que cuentan con todos los servicios necesarios y un completo equipamiento turístico como un aeropuerto internacional, donde el turismo es una actividad **más**. *El Centro Turístico de Distribución* es su prototipo que desde el conglomerado urbano que le sirve de base, los turistas visitan los atractivos incluidos en su radio de influencia y regresan a dormir a dichos centros permaneciendo de 1 a 3 días (Pearce, D. **1991**).

1.2.2. Centro Turístico Secundario

Son lugares en los que gracias a sus atractivos naturales y culturales, el turismo empezó a desarrollarse, siendo sus ejemplos:

El Centro Turístico de Estadía, que se caracteriza por tener varios sitios de alojamiento, rodeado de atractivos naturales donde los turistas regresan todos los días al mismo atractivo a practicar su deporte o sus actividades preferidas.

El Centro Turístico de Excursión, que recibe turistas procedentes de otros centros por menos de **24** horas.

El Centro Turístico de Escala o de Traslado, son lugares donde existe un intercambio de transporte o lugares intermedios de recorrido de larga distancia entre una plaza de mercado emisor y otra de mercado receptor.

Las funciones de los centros de escala, estadía, excursión y de distribución no son excluyentes, por lo contrario, a veces un mismo centro puede llegar a desempeñar las cuatro funciones y muchos más frecuentes dos de ellas. Ejemplo: TAOS, en Nuevo México (ver anexo # 1-b), donde se reúnen las cuatro funciones porque sirve de **escala** para los que, **al** recorrer las rutas 3 y 38 quieren conocer el Bosque Nacional de Carson y el área del Cañón Cimarrón; de **estadía** para los aficionados a la práctica de esquí sobre nieve en el área de esquí de Taos o en el área de esquí de Sipapú, y de **distribución** para los turistas interesados en visitar esos lugares, además del Río Rojo, el puente sobre la garganta del río Questa, el pueblo y los ranchos Taos, la casa de Kit Carson, el Parque Nacional Kit Carson o la Reserva Fuerte Burgwin, además de la misma ciudad. Además el área de esquí de Taos, Taos y el área de esquí de Sipapú son tres centros que recíprocamente funcionan como de excursión.

Por lo definido, cabe recalcar que nuestra tesis plantea a Valdivia como un CENTRO TURISTICO SECUNDARIO.

1.3. Análisis del Lugar de la Comuna

Para desarrollar este punto lo subdividimos en los siguientes:

1.3.1. Bosquejo Geográfico

La comuna Valdivia, esta localizada en el Noroeste de la Península de Santa Elena, pertenece a la Parroquia Manglaralto, Cantón Santa Elena. Esta limitada al Norte por la Comuna Libertador Bolívar, al Sur por la Comuna San Pedro, al Oeste por el Océano Pacífico y al Este por la Comuna Sinchal (ver anexo #2 a-b). Situada a $01^{\circ} 56' 10''$ de latitud **Sur** y $80^{\circ} 43' 25''$ de longitud Oeste con una temperatura media en verano de 21° a 26°C y humedad seca; en invierno la temperatura varía entre 28° y 30°C pero con mayor porcentaje de humedad que a veces llega a 85%. La precipitación anual varía entre 300 a 350 mm. De Valdivia hacia Barcelona, geomorfológicamente es una terraza fluvial de topografía casi plana, con una ligera dicepción. (Escuela de Biología, 1979).

Su suelo de textura media compuesto de grava y limo-arenoso presenta un aspecto compacto y resistente a la compresión. Sus cultivos nos indican la existencia de un sector semi-húmedo. En el camino a San Pedro, encontramos mesetas ligeramente onduladas entre ellas esta una elevación de 60 m.s.n.m. llamada Cerro del Carmen, elevaciones similares se presentan por el sector de Playa Bruja. (Pazmiño Mónica, 1998).

1.3.2. Proceso de desarrollo histórico (Prehistoria- Actualidad)

Este punto lo desarrollamos de acuerdo a la división del pasado presentada por el Museo los Amantes de Sumpa (Santa Elena), el cual presenta tres etapas:

- EPOCA ABORIGEN (8.000a. C. - **1.530d. C.**)
- EPOCA COLONIAL - REPUBLICANA (**1 526 - 1895**)
- EPOCA ACTUAL (**1926 - 1942**)

Para entender sobre lo que trata la EPOCA ABORIGEN, fue necesario investigar en libros, hablar con gente especializada en el área -arqueólogos, que se los nombra en la página de agradecimientos- y visitar museos. Dicha época consta de varias culturas que las mencionamos a continuación:

- Cultura LAS VEGAS (8000 a. C. - **4600 a. C.**), fue descubierta entre **1977** y **1978**, en el sitio donde hoy esta el museo “Los Amantes de Sumpa” y estudiada exhaustivamente por la Doctora Karen S. Stothert. Estos tipos de enterramiento difieren completamente de la cultura cerámica Valdivia. De acuerdo a estudios realizados por el arqueólogo Julio Viteri Gamboa y el Dr. Henning Bischof, en el sitio denominado Valdivia encontraron restos de una nueva cultura a la que llamaron **SAN PEDRO**, con 5.000 años antes del presente, se cree que es la transición entre el precerámico y la cultura Valdivia (Henning Bischof, **1997**).
- Cultura VALDMA (3500 a. C. - **1500 a. C.**), el primer asentamiento metodológicamente estudiado se dio en el año de **1956**, en la población pesquera del mismo nombre por parte de Julio Viteri y Emilio Estrada y **más** tarde por Clifford Evans y Betty Meggers; por lo que **se** establece que Valdivia es el sitio epónimo ya que restos de esta cultura **se** han encontrado a lo largo de la Costa de

las provincias de Guayas, Manabí, El Oro y parte en la provincia de Los Ríos (Jorge Marcos, 1998).

Cabe destacar que a la CULTURA VALDIVIA, se considera que pertenecen los primeros restos cerámicos dejados por nuestros aborígenes, *“cualquier discusión de los orígenes de la cerámica de Valdivia debe enfocarse a las características que son peculiares a las primeras cerámicas del sitio LOMA ALTA”*. (Latrhap, 1980).

Los valdivianos vivían a diferencia de los habitantes de Las Vegas, en aldeas permanentes más grandes, donde desarrollaron un mejor sistema para la producción de alimentos por medio del cultivo de plantas domesticadas (agricultura) y la pesca especializada en el mar.

En los tiempos valdivia los hombres y las mujeres invirtieron más trabajo en el cultivo de nuevas especies de plantas, en el manejo de las aguas y en inventar nuevas técnicas para mejorar sus condiciones de vida, como son el tejido, la elaboración de recipientes de barro, el almacenaje de excedentes y el mejor procesamiento de comidas. De la misma manera por medio de la innovación técnica, lograron una pesca más segura y abundante. Este mayor rendimiento económico alcanzado fue la base para el crecimiento de la población y el desarrollo sociocultural. Durante 2000 años las aldeas valdivianas, pequeñas y grandes, se ubicaron tierra adentro donde había potencial agrícola y también en la orilla del mar.

En Punta Concepción (Santa Rosa – Salinas), se descubrió un basurero y conchali de poca profundidad que tenía la cerámica de fase 1 valdivia. En Real Alto (entre El Real y Pechiche) se encontró los restos de toda una aldea con casas, entierros y estructuras ceremoniales. En La Libertad (cerca del Colegio Santa Teresita), existió una aldea en los tiempos tardíos de la Cultura Valdivia. Entre los restos de esta ocupación se rescataron unas piedras de moler que fueron cuidadosamente enterradas en el basurero. Semillas de algodón e improntas de tejidos de hilo son evidencias de que cultivaban el algodón criollo y producían textiles.

Esta claro que la gente de este periodo aprovechó los recursos de moluscos y crustáceos de la Costa; en el sitio LOMA ALTA –lugar que se encuentra a 5 km. Al noreste de la Comuna Valdivia-, se nota una dedicación a la caza por la gran cantidad de huesos de mamíferos terrestres, por lo general los sitios valdivia encontrados están ubicados en planicies.

De acuerdo a los múltiples objetos con decoración se cree que el maíz de grano duro y grande FLINT CORN era cultivado y por ende uno de los principales alimentos. “Earl R. Leng, del departamento de Agronomía de la Universidad de Illinois (U.S.A.), sugiere que el tipo de maíz conocido como el KCELLO ECUATORIANO tiene todas las características de maíz de Valdivia, dicho tipo de maíz se cultiva actualmente en la Sierra Sur del Ecuador” (Lathrap, 1980).

Todo esto indica que la gente de Cerro Narrío (Cultura de la Sierra), tenía un intenso comercio con la gente Valdivia. Las comunidades valdivianas que vivieron cerca de las playas -como el sitio Valdivia- intercambiaban productos con otras comunidades tierra adentro -el sitio Loma Alta-.

Se han encontrado anzuelos elaborados de concha perla, lo que sugiere especialización en pesca (ver anexo # 3). Estos anzuelos o carnadas son similares en todo el Pacífico, desde el Norte de California hasta el Sur de Chile, incluyendo las islas Polinesias y Micronesias. Se piensa que también manejaban la caza por la gran cantidad de huesos de venados y roedores encontrados en Loma Alta, quizás con un juego de elementos percibles -ya que no hay restos de estos- tales como lanzas y flechas de madera con proyectiles de huesos (ver anexo # 4).

En cuanto a las construcciones de las casas valdivia, se establece por estudios realizados en el sitio Real Alto, que dichas casas tenían un área oval de **12** metros por **8** metros, gruesos postes de madera de hasta 20 cm de diámetro formando el marco de la estructura, el estilo de estos restos ubica dicha casa dentro de la etapa Valdivia 3 (ver anexo # 5). Dicha estructura es comparada a las MALOCAS del Alto Amazonas, que albergan grupos del mismo linaje -familias emparentadas por línea paterna- se estima que 30 personas aproximadamente vivían en cada casa. *“Las casas de Real Alto eran acomodadas en hileras o calles, las cuales a su vez, eran orientadas alrededor de una plaza central abierta que contenía los restos de los que parece ser una estructura más grande”* (Lathrap, 1980).

El uso de drogas alucinógenas, esta claro debido al hallazgo de múltiples cerámicas que hacen referencia a este hecho; estableciendo mucha similitud con las tribus aborígenes de la Amazonía, en las que dichas cerámicas son empleadas para rituales de curación como para ceremonias religiosas, por un SHAMAN que se cree que él es capaz de viajar a una velocidad increíble a través del tiempo y el espacio. La masticación de la hoja de coca seca con cal era muy importante puesto que presenta las propiedades de alivio del cansancio, hambre y sed de un viajero, se han encontrado varios contenedores de cal ya sean hechas de concha bivalva ANADARA GRANDIS o vasijas miniaturas con interesantes decoraciones (anexo #6, dichas muestras pertenecen a la Cultura Guangala). ***“La importancia de la masticación de la coca esta ampliamente enfatizada por una figurilla dinámica y cuidadosamente modelada en el estilo de chacras procedente del sitio Valdivia. En esta presenta la mascada (bola) de coca en la mejilla esta claramente representada”*** (Lathrap, 1980).

Todo esto hace creer que la cuna original de la gente valdivia fue el Este de los Andes, que ya contaban con plantaciones de coca en las laderas orientales y occidentales de los Andes ecuatorianos, para el 3000 antes de Cristo, según Lathrap.

En cuanto a los adornos personales de la gente Valdivia, se piensa que los bordes rojos de la concha Spondylus eran muy valiosos, puesto que los pobladores la utilizaban como prendas ceremoniales en forma de collares, máscaras y pectorales; la misma que al encontrársela en **gran** cantidad en **el mar** indicaba abundancia en lluvias. También sirviendo de intercambio mercantil con la gente de la Cultura de Cerro Narrío, que al

parecer se encargaban de facturarlas puesto que **se** han encontrado **gran** cantidad de dichos ornamentos en este sitio.

Dentro de la cerámica encontramos figurillas femeninas de 7 a 10 cm de largo, que pueden representar fertilidad agrícola o ritos de **curación**, puesto que muchas de ellas han sido encontradas incompletas o quebradas.

- Cultura MACHALILLA (1600 a. C. - 800 a. C.), en el sitio denominado VALDIVIA no se han encontrado restos de la Cultura Machalilla; sin embargo creemos importante nombrar ciertos aspectos de dicha cultura puesto que se han encontrado restos de ésta en la provincia de Manabí, en la **zona** norte de la provincia del Guayas y en la provincia de El Oro.

Por la marcada división de las decoraciones de las cerámicas –jarras y cuencos- entre las Culturas Valdivia y Machalilla, se sugiere una división de aproximadamente 1500 años en la historia del desarrollo de la cerámica Valdivia, por lo que el **Dr. Bischof** (1997), denominó a la fase **más** antigua de Machalilla **como** fase **11**, siendo la fase I desconocida por el momento,

En esta cultura igual que en la Valdivia, **se** notan intercambios con la Cultura de Cerro **Narrío**.

- Cultura ENGOROY – **CHORRERA** (800 a.C. – 200 a.C.), esta cultura se la conoce comúnmente con el nombre de Chorrera, pero en la Península de Santa Elena **se** la denomina Engoroy por que se hallaron restos en un cerro del mismo nombre en el Cantón La Libertad.

Vaividia es el sitio con una “reocupación mucho más tarde de las Culturas de Guangala y en pequeña escala de la Manteña” (Estrada, **1958**). Lo cual plantea la interrogante de por qué una desocupación durante los periodos anteriores, quizás por falta de lluvias, movimientos geológicos, pero en todo caso son los especialistas – arqueólogos-los llamados a esclarecer este hecho. En el año **1997**, en investigaciones realizadas por el Instituto Nacional del Patrimonio Cultural (I.N.P.C.), a orillas del salitral de la comuna Valdivia **se** encontraron cuencos, platos, etc., pertenecientes a la cultura Engoroy.

- Cultura GUANGALA (200 a.C. – 800 d. C.), de acuerdo a un artículo de la Doctora Stothert en el libro “Un sitio Guangala Temprano” (**1993**), **se** indica un sitio a 500 metros al sur del estero actual del Río Valdivia (ver **anexo # 2**), como el lugar donde **se** establecieron la gente de la fase Guangala. Estudios realizados durante los años **1994 –1995** en el sector de Playas Brujas, en la misma comuna, al pie de la carretera frente al laboratorio LARMAR también **se** encontraron restos de esta fase.

Los entierros de sus muertos lo hacían en sus propias viviendas, en una posición similar a la que **se** acostumbra actualmente, es decir con el cuerpo extendido. **Pero**

algunos se encuentran con las piernas flexionadas en posición “LOTO’, dentro de una tumba en forma trapeizodal; en la mayoría de estos no se han conservado las ofrendas dejadas puesto que eran de materiales perecibles, dejando solo artículos de concha, cerámica, piedra y minerales. Otras prácticas funerarias incluyeron la de tapar la cabeza del difunto con un recipiente de cerámica, encender una hoguera sobre la tumba, quizás para protegerla y purificarla; y dejar una vasija sobre el hombro derecho del difunto. La estatura en vida de los restos óseos encontrados oscila entre 1.65cm y 1.55cm, de acuerdo a estudios hechos a los huesos del peroné y la tibia. En el sitio arqueológico la mayor parte de las tumbas correspondían a **niños** pequeños, enterrados junto a sus ofrendas. Los artefactos líticos más comunes en el basural fueron lascas de hosteno, un material silicio local (sílice anhidrida) de color y composición variable, las cuales eran buenas para cortar o realizar tareas domésticas.

Respecto a la cerámica, se encontraron muchos tiestos que definieron una ocupación GUANGALA TEMPRANA, en el sitio y también una ocupación o fase Guangala Posterior, que quedaron sin definir porque la procedencia de cerámica estaba mezclada. Con ciertas cerámicas cocinaban y en otras almacenaban alimentos; hay vasijas que sirvieron de ofrendas en tumbas o para guardar alimentos y bebidas; platos de forma gruesa con manchas rojas o rojo-naranja; ralladores para comidas suaves, compoteras, etc.

El sitio más al norte de fase GUANGALA TEMPRANA, se encontró en Salango con gente especializada en conchas; y el sitio más al sur fue en el Valle de Chanduy, llamado Pichilingo.

La semejanza de los restos cerámicos en la región entre el Río Valdivia y Chanduy, hacen suponer un alto grado de relación y comunicación. En este periodo se nota una clara diferenciación entre pobladores dedicados a la agricultura y caza –tierra adentro– y otros dedicados a la pesca a orillas de manglares y del Océano Pacífico. De acuerdo a las investigaciones hay dos lugares dentro del sitio llamado Valdivia, que les permitía obtener pesca: El Estero y la Isla “El Viejo” o “El Pelado” como lo llaman algunos a 5 kilómetros mar afuera; se hallaron concentración de huesos de pescado llamados PINCHAGUA y otros pescados lo que indica que además de ser básicos en su dieta, también los almacenaban para transportarlos a algún otro sitio. De acuerdo a estudios arqueológicos se piensa que la alimentación vegetal se daba sobre la base de varios tipos de plantas tropicales domesticadas y salvajes como el fréjol, maíz, yuca, frutas, etc.

Con la presencia de objetos más elaborados –vasijas bicolors y luego tricolors- en los sitios de Olón, Sinchal y Barcelona, se cree que durante esta época hubo un mayor movimiento económico y por lo tanto diferencia de clases. La organización interna durante los inicios de Guangala al parecer fomentó amplios vínculos en toda la Costa y la Cuenca del Guayas; mientras que en la fase Media y Tardía de Guangala *“aparecieron estilos cerámicos más regionales y distintos lo que indica una mejor*

organización interna con jefes locales en las que se buscan motivos y elementos de regiones exóticas –Mesoamérica- que se plasman en la cerámica” (Stoother Karen, 1993).

- Cultura MANTEÑO HUANCAVILCA (800 d. C. - 1530 d. C.), se extendió desde el Río Chone al norte hasta la isla Puná al Sur. Emilio Estrada los subdividió en dos partes, los Manteños del Norte y Manteños del Sur o Huancavilcas. Este pueblo estaba formado por tribus que habitaban la costa desde Manabí hasta El Oro, los centros rituales estaban en Manta, Montecristi, Cerro de Hojas e Isla Puná, según cronistas de Indias.

Datos recabados en LOMA DE LOS CANGREJITOS (5 km al Noreste de Chanduy) notan su presencia por los restos de cráneos con mutilaciones dentales, dientes con incrustaciones de gránulos de oro. Esta práctica dentaria puede tener sus razones en establecer un signo de mayor jerarquía social o política, razones de carácter religioso, o una actitud meramente decorativa. Hay un texto que establece la vanidad de los Huancavilcas por GIROLAMO BENZONI, comerciante milanés, que visitaba el litoral ecuatoriano a mediados del siglo XVI y dice así: *“Esta gente se extrae cinco y hasta seis dientes de arriba y si se les pregunta la causa, dicen que lo hacen por belleza”* (Hamerly, 1987).

Los pueblos que vivían a orillas del mar eran pescadores y navegantes, que comercializaban con vecinos en la misma costa o en el interior del país. Los

Huancavilcas del Sur sepultaban sus muertos en urnas funerarias, las cuales contienen a veces esqueletos de hombre y de mujer sin distinción de edad. Los objetos recobrados se reducen a cuentas diminutas de oro hechas por las mujeres que llamaron la atención de los conquistadores por lo diminuto y por la perfección del acabado.

Las sillas en forma de U, las embarcaciones (balsas) son el máximo símbolo de estatus de la cultura. El no tatuarse se lo consideraba como deshonor con el riesgo de ponerse fuera de la sociedad. El tatuaje constituía la nobleza, con sus rasgos progresivos señalaba posesión jerárquica e indicaba propiedad o pertenencia a una tribu.

Zeballos Menéndez, menciona el encuentro de restos Huancavilcas en el Valle de Chanduy, con la característica de 17 hachitas de cobre o su equivalente a **una** hacha de porte mediano junto al tórax de ciertos muertos o en sus manos, como pago del pasaje al mas allá.

Para obtener información sobre la época de la COLONIA Y REPUBLICA, investigamos en libros de historia, lamentablemente hasta ahora encontramos alguna mención de lo que hoy es la comuna Valdivia, así que creímos conveniente anotar cierta información referente a la Provincia del Guayas y su jurisdicción en la PENÍNSULA DE SANTA ELENA durante esa época.

“No se conocen los límites de la antigua provincia de Guayaquil, por la sencilla razón de que nunca fueron definidos” (Hamerly Michael, 1987).

Francisco Pizarro, quien nació en Trujillo – España en **1475**, recorriendo la costa sudamericana descubrió la Punta de Santa Elena el **8** de Agosto de **1531**.

“Las primeras noticias de la existencia del pueblo de Santa Elena tienen su origen en los relatos de los cronistas de Indias, Francisco de Jerez, Pedro Cieza de León y Agustín de Zarate entre otros, quienes describen la estructura económica y social del lugar” (Guerra Alejandro, **1995**).

Santa Elena a través de los siglos ha sido Partido, Tenencia, Corregimiento, Villa y Cantón. Durante el periodo **1561** a **1861**, casi dos siglos y medio en los cuales los habitantes originarios del territorio que constituirá la gobernación de GUAYAQUIL tuvieron tres etapas fundamentales en su evolución demográfica:

- Un hundimiento brusco en la segunda mitad del siglo XVI, por la elevada mortandad de indios cuya explicación se vincula a las epidemias de viruela y sarampión *“para 1589 una peste, de viruelas probablemente, mató en Guayaquil a tres cuartas partes de la población”* (Laviana Ma. Luisa, **1987**).
- Un largo periodo de estancamiento poblacional. En **1662**, el cabildo de Guayaquil asegura *“ que en toda su jurisdicción no había más de 350 indios (tributarios), que primero mantiene la tendencia descendente pero que luego manifiesta un tímido inicio de la recuperación”* (Laviana María Luisa, **1987**).

- Una autentica recuperación, a partir de mediados del siglo XVIII.

Lográndose a comienzos del siglo XIX igualar la cifra de habitantes indios con que se contaba a mediados del siglo XVI (ver anexo #7).

La economía de los habitantes de la PUNTA DE SANTA ELENA –nombre como se le designaba al vasto territorio de la Península de Santa Elena- se basaba en la obtención de sal de sus esteros y de la pesca, para la **REAL** AUDIENCIA; ya que sus tierras áridas no permitían una actividad como la agricultura. También se extraía COPÉ (nombre indígena), que era una especie de derivado de petróleo, utilizado para cubrir por dentro las botijas de vino y aguardiente.

En 1763 se elevó el distrito de Guayaquil a la categoría de Gobernación con anterioridad había sido un corregimiento. En 1803 el sabio alemán Alejandro de Humbolt visitó Colonche, Santa Elena y Chanduy. En 1810 el teniente gobernador se quejaba de la población a su cargo, por su bajo comercio y sequía que lo hacía ver como el lugar mas estéril y raro de la provincia. En 1818 el corsario Brown visitó el pueblo de Santa Elena, por lo que llegó a tener fama de “*Caletade Piratas*”.

La ley colombiana de división territorial de 1829 –que se mantuvo en vigencia hasta 1861- dividió el Departamento de Guayaquil en las provincias de Guayaquil y Manabí. La provincia de Guayaquil, a su vez se subdividió en los cantones de Guayaquil, Daule, **Santa Elena** (la cual fue cantón el 21 de enero de 1839), Baba,

Babahoyo y Machala; el cantón Santa Elena se subdividía en el Partido de Santa Elena con la delegación de la parroquia de Chongón. Mediante decreto Legislativo del **29** de Mayo de **1861**, se crearon las Parroquias de Chanduy, Colonche y Manglaralto, pertenecientes al Cantón Santa Elena. En **1892** como resultado de los estudios científicos de Teodoro Wolf, la “*Punta*” empezó a llamarse “*Península de Santa Elena*”.

Tratar sobre la EPOCA ACTUAL, implicó hacer preguntas –tomando una muestra del **1%** de la población- a los moradores de la Comuna Valdivia, para lo cual nos trasladamos a ésta, dicha acción nos ayudaría a entender un poco la idiosincrasia del lugar y así también desarrollar el capítulo IV de nuestra tesis. Valdivia fue reconocida como zona jurídica social, mediante decreto #142 sancionado el **30** de julio de **1937** con una extensión de **1615** hectáreas. Se la declaró Patrimonio Cultural del Estado el **16** de julio de **1997**.

De acuerdo a la encuesta realizada la población asocia el nombre de Valdivia con el hecho del descubrimiento realizado por V.E. Estrada, algo ilógico puesto que Estrada nombró a esta cultura igual al pueblo donde encontró los vestigios. Otros mencionaron que antes existía un pájaro de nombre Valdivia. También que un monseñor le nombró Valdivia en honor a un señor muy bueno llamado Valdivia, otra parte de los encuestados desconocían de donde provenía el nombre ya que para ellos siempre se llamo Valdivia (ver anexo #8); solo la señora SIMONA ANGEL DE LA CRUZ de **70** años nos dijo que en su niñez le preguntó a su abuelo si Valdivia tenía

otro nombre y efectivamente le respondió que se llamaba GUACHAPELI, que es el nombre de un árbol cuya madera fue muy utilizada en la construcción de viviendas en el Golfo de Guayaquil en los últimos 10.000 años. En Centro América a este árbol se lo conoce como Guayaquil y su nombre científico es *Albizia guachapeli leguminosae*.

Se dice que los alrededores de Valdivia si no eran espacios para secar Paja Toquilla, estaban rodeados de tunas, macatetas, piñuelos, pitajallas y tagua que son frutos tropicales. Los cerros tenían arboles de Barbasco y Jaboncillo, que eran utilizados para el lavado de ropa, siendo el primero venenoso para los peces del río.

La mayoría de las mujeres se han dedicado a labores domésticas, en años recientes la mujer ha conseguido trabajos como parvularias, guías en el acuario y el museo; y atención al público en negocios propios como tiendas de abarrotes y bazares. Por otra parte los hombres ancianos nos dijeron que en el pasado eran agricultores (anexo #47) de frutas como maíz, mango, yuca, zapote, mamey, etc. Actualmente se siembra sandía, melón y demás frutas de ciclo corto. También eran pescadores, ahora los jóvenes se dedican a actividades como el comercio de artesanías, recolección de larvas de camarón, elaboración de preparación de cebiches, calzado, mecánica y uno de ellos es técnico en refrigeración (ver anexo #9).

Los apellidos más comunes son: Angel, Borbor, Láinez, Yagual, Plutarco, Rodríguez, Cruz, Del Pezo, Reyes, Suárez, Orrala, Bacilio, Santos, Panchana, Tomalá y

Domínguez. La mayoría de los encuestados solo han terminado la primaria y el promedio ha concluido el colegio (ver anexo #10).

Respecto a los primeros caminos y carreteras se nos dijo que el primer camino lastrado llegaba hasta lo que hoy es el CENAIM, luego llegó hasta el CRUCE de Sinchal y en los años 60 se construyó la vía asfaltada por la Constructora del Litoral (COLISA), contratada por el Comité Ejecutivo de Vialidad de la Provincia que era algo **así** como el Consejo Provincial actual. Por aquella época se inició el transporte de pasajeros y carga **en** camiones FORD 350 con carrocería de madera, conocidos actualmente como **CHICHERAS** o CHIVAS, ya que el transporte era a caballo o a pie y en camionetas por la playa dependiendo de la marea baja, llegando hasta la Entrada, un pueblo cercano a Manabí que actualmente lo hallamos en el km 72 desde Santa Elena.

Desde 1949 hasta 1969 la “Gran **Sequía**”, significó un violento choque ecológico al que se sumó el hombre al atacar la cobertura de bosques **para** la extracción de maderas cercanas al **lugar**. Entre los años 1969 y 1982 la sequía fue moderada sin embargo, la población que en su **gran** mayoría se dedicaba a la agricultura emigraron a **otros** puntos de la península y del país.

A partir de los años 60 y 70 se incrementa el **Turismo** y la Pesca Industrial ante lo cual **se** instaló una fábrica de productos del mar llamada INDUVAL que en un inicio le llamaban “*La Parodi*”, en alusión al apellido de uno de los dueños de ésta Benito

Avegno y Enrico Parodi ambos italianos y después se la vendieron al ecuatoriano Mario Lertori quienes habitaban en una casa muy particular en forma de castillo (anexo # 11) de la que actualmente solo quedan las ruinas, no así la fábrica que sigue en funcionamiento y cuyos desperdicios son arrojados al RÍO VALDIVIA, que por la falta de lluvias no cuenta con agua que arrastre dichos desperdicios produciendo olores fétidos que contaminan el ambiente cercano a este y puede ocasionar una epidemia; dependiendo de la época de pesca puede emplear hasta 120 valdivianos aproximadamente. Posteriormente en los años 70 se construyó otra fábrica CONSERVERA DEL PACÍFICO, cuyos dueños eran los señores Romay de nacionalidad española y Cisneros ecuatoriano, sigue dando trabajo a 70 valdivianos aproximadamente. En 1980 se instaló el laboratorio LARMAR en “Playas Brujas”, cuyo dueño era Gustavo Galindo, actualmente esta abandonada. Desde el año 97, cercano a este laboratorio se hallan 4 laboratorios más, actualmente no emplean a ningún valdiviano ya que los cargos son ocupados por gente de los alrededores con una baja nómina de ellos. En 1995 el laboratorio de larvas LOMACRAL se ubica en el centro del pueblo y da trabajo a 4 valdivianos. En 1996 se instaló NATUMANA, que es una fundación bajo la dirección del francés Erick Miels, la cual se encarga del Eco-museo Valdivia y del Acuario. Cabe destacar que las fábricas y laboratorios pagan una mensualidad de \$20,00 por concepto de arrendamiento de terrenos a la comuna Valdivia.

Festividades.- Antiguamente (1950-1960) se celebraban las fiestas de la Virgen del Carmen -16 de julio- con seminaristas que venían de Quito ~~para rezar~~ y durante una

semana por las noches la Virgen era dejada en casa de una familia que se comprometía a cuidar de ella rezando u devolviéndola en hombros a la iglesia al día siguiente (anexo #48). También se homenajeaba a la Virgen Inmaculada, San Jerónimo y a María Auxiliadora. Actualmente esta tradición ya no es practicada, ahora solo se celebra a la Virgen del Carmen en procesión por el pueblo, se realizan desfiles de escuela e infantes de marina, con músicos de Manglaralto y balconazos que son bailes y espectáculos públicos de cantantes, quema de castillos, toman cerveza hasta las 3 de la mañana y hacen la “vaca loca”. También la Virgen de Czestochowa es celebrada en igual forma, el 12 de noviembre por el pueblo.

En Navidad los niños llamados “pastores” cantan al Niño Dios. En las casas que tienen nacimientos, a los pastores se les sirve comidas como aguado de gallina, tazas de chocolate y pan, chicha –mezcla de arroz cocinado fermentado por 3 días- y se va a misa (ver tabla # 1). Actualmente es una costumbre poco practicada por la población.

Tabla # 1.- CALENDARIO DE FESTIVIDADES

| | |
|----------------|--------------------------------------|
| ● Julio 16 | : Fiestas de la Virgen del Carmen |
| ● Noviembre 1 | Día de los niños difuntos. |
| ● Noviembre 2 | Día de los adultos difuntos. |
| ● Noviembre 12 | Fiestas de la Virgen de Czestochowa. |
| ● Diciembre 25 | Navidad. |

También se celebran los cumpleaños, bautizos, graduaciones y bodas, que dependiendo del dinero a gastar se puede realizar la fiesta en la calle con mesas y sillas rentadas y banderines de colores colgando de un lado a otro de la vía.

Comidas.- El ingrediente principal de los platos valdivianos son el pescado y el plátano o verde utilizados en la elaboración de: bolones, plátano asado, pescado asado, caldo de pescado, caldo de verde, sopa marinera, cazuelas y el chupé de pinchagüa (ver anexo #12). En los años 30 y 40 según los ancianos en las temporadas de aguaje el río se taponaba convirtiéndose en una especie de piscina o manglar donde se cogían lisas, camarones, michullas, jaibas, etc. Especies marinas propios del manglar. También gustan del arroz con pollo, arroz con menestra y pollo asado, sopa de zapallo, cebiches y solo una persona nos dijo que le gustaba la crema de coliflor, quien es técnico en refrigeración y ha vivido en Guayaquil por mucho tiempo.

Entre las fundaciones que han ayudado a la población encuestada tenemos: Fundación Espejo, FUPEI, el 1. Municipio de Santa Elena que se ha encargado junto con el Fondo de Inversión Social y Emergencia (FISE) en la construcción de letrinas, recolección de la basura y el mejoramiento de la cancha de fútbol. SSWIAD que es una organización suiza y NATUMANA que se encarga del eco museo y el acuario. El padre Mariano Merchán, que con ayuda de la iglesia construyó viviendas, sin embargo la mayoría dijo no haber contado con ayuda alguna (ver anexo # 13).

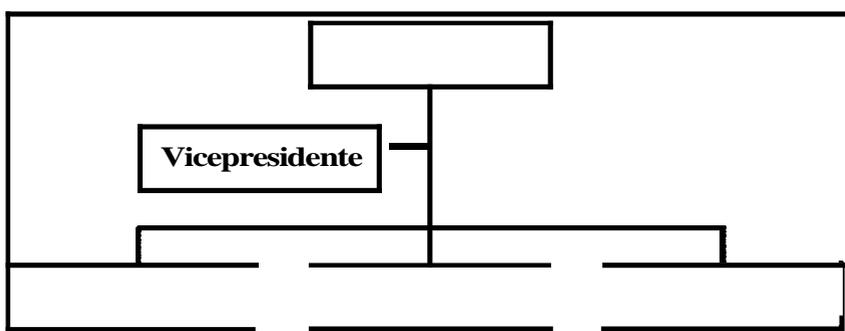
En lo que respecta al conocimiento de la Cultura Valdivia, los encuestados tienen un conocimiento general como que fue descubierta hace mucho tiempo, **25** años o en 1957 por V.E. Estrada, que es una cultura antigua de hace 6000 años y reconocida mundialmente, que se nombra Cultura Valdivia a los “muñecos”, ollas y vasijas que se encontraron en las calles del pueblo por huequeros o gente especializada, quienes las vendieron al mejor postor o las entregaron a los museos de Quito y Guayaquil.

Servicios públicos.- Valdivia no dispone de un sistema de desalojo de aguas lluvias ni letrinas públicas, siendo la eliminación de excretas de sus pobladores mediante letrinas en la parte posterior de sus viviendas, construidas por el FISE. La recolección de desechos es un servicio que presta el **1.** Municipio de Santa Elena, mediante el paso de un camión dos veces a la semana (Martes y Viernes) que deja la basura a 2.7km de la población en un sector llamado “La nariz del diablo”. El Instituto Ecuatoriano de Obras Sanitarias (IEOS) construyó un sistema regional de Agua Potable entre las poblaciones de Carrizal, Barcelona, Sinchal, Valdivia y San Pedro que se conduce desde un pozo somero en Carrizal hasta la población a través de tuberías y grifos públicos. Creado hace 8 años actualmente no funciona porque el servicio no era cancelado por todos los comuneros y en 1998 las tuberías se dañaron por lo que la población se abastece mediante tanqueros que venden agua por lata (16 litros). La Central Telefónica, esta ubicada en la Casa Comunal en la Av. 9 de Octubre. La Energía Eléctrica la obtiene a través de la Empresa Eléctrica de Santa Elena, el alumbrado esta considerado como red secundaria.

1.3.3. Organización Administrativa.

La directiva de la comuna es elegida cada año, esta compuesta de una manera simple, por cinco miembros (ver gráfico #1).

Gráfico #1.- ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE LA COMUNA.



CAPITULO II

ESTRUC I DEL ÁREA COMO CENTRO TURÍSTICO

2.1. Aspectos técnicos

Para desarrollar este punto, se realizó un inventario de atractivos, planta e infraestructura turística, definiendo previamente los tipos de inventario, su análisis y evaluación.

- ATRACTIVO TURISTICO, lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico.

La comuna Valdivia cuenta dentro del inventario de atractivos con: sitios naturales, museos y manifestaciones culturales, folklore y realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas. Destacándose como atractivos su playa, lugares arqueológicos, alfarería, escultura y el acuario (ver tabla #II).

Tabla #II. - INVENTARIO DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

| <i>CATEGORIAS</i> | <i>TIPO</i> | <i>SUB-TIPO</i> |
|---|--|--|
| 1. - Sitios Naturales | 1.1 Montañas 1.3. Costas 1.5. Esteros y Ríos 1.9. Lugares de Caza y Pesca | 1.1.1. Cerros 1.3.1. Playas |
| 2. - Museos y Manifestaciones Culturales | 2.1. Museos 2.2. Ruinas y Lugares Arqueológicos. | |
| 3. - Folklore | 3.1. Manifestaciones Religiosas 3.2. Artesanías y Arte Popular | 3.2.1. Alfarería |
| 4. - Realizaciones Técnicas, Científicas o Artísticas Contemporáneas. | 4.4. Obras de Arte y Técnica. 4.5. Centros Científicos y Técnicos | 4.4.1. Escultura 4.5.1. Parques, Zoológicos y Acuarios. |

- PLANTA TURISTICA, comprende el equipamiento necesario que generará los servicios que consume el turista.

De acuerdo al inventario de la planta turística, se encontró alojamiento en el museo Valdivia. La alimentación, a cargo del acuario cuenta con un comedor para grupos – de hasta 36 personas- el servicio es con previo aviso ya que no funciona de manera constante. Existen varias cooperativas que pasan por el lugar hacia los pueblos cercanos. Los servicios de comercio turístico –ventas de réplicas arqueológicas– los tenemos dentro del museo y de sus alrededores (ver tabla # III).

Tabla # III. - INVENTARIO DE LA PLANTA TURISTICA

| <i>CATEGORIAS</i> | <i>TIPOS</i> | <i>SUBTIPOS</i> |
|----------------------|--|---|
| 1. – Alojamiento | 1.2. Extra hotelero | 1.2.4 Viviendas en Alquiler en Casas y Cabañas. |
| 2. – Alimentación | 2.2. Cafetería y bares | |
| 3. – Otros Servicios | 4.2. Transporte turístico 4.4. Comercios turísticos | |

- **INFRAESTRUCTURA TURISTICA**, es todo lo referente a los sistemas de comunicación, transporte, provisión de energía, agua potable y drenaje.

Valdivia no cuenta con transporte interno, ya que el pueblo se lo puede recorrer a pie. La carretera principal es la única que se encuentra en buen estado. Cuenta con solo un teléfono sirviendo como central de comunicaciones. La Empresa Eléctrica de Santa Elena brinda el alumbrado público, hace 7 años el Municipio se encargaba del agua potable que abastecía a una parte de la población, pero con el Fenómeno del Niño se dañó la tubería y ahora se abastecen por medio de tanqueros y el drenaje está en estudios (ver tabla # IV).

Tabla # IV.- **INVENTARIO DE LA INFRAESTRUCTURA**

| CATEGORIAS | TIPOS | SUB-TIPOS |
|-------------------------------|--|------------------|
| 1. - Transporte | 1.1 Terrestre | 1.1.1. Vial |
| 2. - Comunicaciones | 2.3. Telefónicos | |
| 3. - Servicios Básicos | 3.1. Energía Eléctrica 3.2. Agua Potable 3.3. Manejo de Aguas Lluvias y servidas | |

2.1.1. Características de los atractivos

A continuación se detallan las características de los atractivos turísticos, dichas características se las menciona como claves en los apuntes de clase de planificación. Es importante mencionar que las palabras “**Tipo y Subtipo**” a las que le siguen ciertos números, fueron tomados del orden en que se hallan en la tabla de **INVENTARIO DE ATRACTIVOS**.

Tipo 1.1. MONTAÑAS: Cerro el Carmen.

Altura y Morfología: Su altura es de 60 m. s.n.m. De textura media compuesta de grava y limo-arenoso con tendencia a deslaves en época de lluvias.

Clima: Temperatura media en verano de 21° a 26°C; en invierno la temperatura varía entre 28° y 30 °C.

Vegetación: Arbustos propios de la zona seca como El Muyuyo (*Cordia Zutea Boraginacea*).

Fauna: Ninguna.

Caminos, senderos, refugios: Ninguno.

Paisajes más interesantes: Desde la cima se puede observar toda la población, la playa y el río. Ver anexo #14.

Tipo 1.3. COSTAS - PLAYAS: Playa de Valdivia.

Dimensiones y Morfología: Su dimensión es de 5000 metros lineales, esta compuesta de la formación *Tablazo del Cuaternario Aluvial*, que se halla representado por areniscas y conglomerados de origen aluvial (Javier Piedra, 1990), la textura de los sedimentos de fondo cerca a la costa es SEDIMENTO ARENOSO más al norte y lejano de la costa se presenta un SEDIMENTO

LIMOSO, esto se da en épocas de lluvia cuando el río Valdivia produce un lavado de material arrastrando el LIMO a zonas de aguas más tranquilas.

Calidad del agua: Clara; semi-turbia de acuerdo a la temporada de aguajes, que se produce por la atracción que ejercen sobre el agua la luna y el sol, el nivel del mar y de las olas aumenta, las playas quedan ocultas y pueden afectarse las construcciones cercanas al mar; se recomienda consultar la tabla de mareas que publica diariamente El Universo en su sección El Gran Guayaquil, obteniendo un promedio entre los puertos de Manta y La Libertad cuyas diferencias varían de 4 a 7 minutos en los Pleamar y Bajamar. La marea característica en toda la Costa Ecuatoriana es de tipo semidiurna.

Temperatura ambiental: La temperatura promedio esta entre 22.5°C y 30°C ya que en verano la temperatura ha descendido hasta los 16° C.

Lluvias y vientos: Tiene una precipitación promedio de 300 y 350 mm anuales. De enero a mayo, las lluvias son fuertes; de junio a agosto hay presencia de lloviznas; de septiembre a noviembre no hay lluvias; en diciembre hay presencia de lluvias esporádicas, los datos de lluvias fuertes varían de acuerdo al fenómeno del Niño. Respecto a los vientos, estos son fuertes a partir de las 17h00, durante todo el año.

Calidad de la arena: Sepia oscura (P.M.R.C. 1993).

Flora y fauna marina: Hay aves marinas como gaviotas, pelícanos y gallinazos.

Vegetación circundante: Flora rastrera y arbustos.

Edificaciones: Solo 1 cabaña en el acuario y casas de la población.

Presencia de embarcaciones u objetos de interés. Puertos: Ninguno. Anexo # 15.

Tipo **1.5. ESTEROS Y RIOS:** Río Vaidivia.

Tamaño (largo, ancho y caudal): 36 km de longitud, su ancho y caudal varía de acuerdo a las lluvias, sin embargo en época seca presenta una brecha del recorrido que nos dio un ancho de 30 metros y nada de agua.

Tramos más interesantes: Vista desde el puente y recorridos por senderos cercanos a este.

Calidad del agua: Turbia en época de lluvias.

Paisaje de las márgenes: Recomendable para turistas exploradores.

Cambios estacionales: Presenta cambios de acuerdo al fenómeno del Niño.

Flora y Fauna: **Gran** cantidad de arbustos como muyuyo (*Cordia lutea* *Boraginacea*), y plantas con flores de época. Tiene un aspecto desértico y

deforestado en el verano, mientras que en el invierno el suelo presenta diversas variedades de plantas que visten de verde al lugar. Aves de la zona: Azulejos, petirrojos, atrapamoscas, tilingo, colibríes, trepatroncos, saltarines, cucube, semilleros, jilgueros, golondrinas, etc. Y presencia de mariposas.

Zonas navegables: Solo en épocas del Fenómeno del Niño.

Zonas aptas para bañistas: Solo en épocas de invierno.

Puertos, puentes: No **posee** puertos y solo presenta el puente para tránsito de vehículos, ver **anexo # 16**.

Tipo 1.9. **LUGARES DE PESCA**

Localización del sitio: El **mar** de Valdivia.

Su extensión aproximada es: Toda la **Bahía**, que comprende desde San Pedro hasta Valdivia.

Especies y cantidades aproximadas: De acuerdo a estudios del INP (Jimmy Martínez, 1991). Se han registrado 121 especies de peces, 10 especies de crustáceos, 1 especie de molusco y una especie de holotúrido (pepino de mar). Las especies **más** abundantes fueron de Gallineta (*Pronotus stephanophrys*), la Merluza (*Merluccius gayi*) y el Ravijunco Doncella (*Centristhmus signifer*). De

acuerdo a los pescadores del lugar, los más comerciales y comunes son: Robalo (Familia CENTROPOMIDAE), Tollo (Familia CARCHAR HINIDAE), Lisa Saltona (Familia ALBULIDAE), y la Sierra (Familia SCOMBRIDAE) los nombres científicos se tomaron de Cobo 1969 y Sheyla Massay, 1983.

Epoca del año de mayor captura: Epoca húmeda que es de diciembre a febrero.

Epoca de veda: Por lo general es de febrero a mayo, ya que depende de la época de apareamiento de los peces.

Requisitos para pescar: Redes, canoa o bote, tener buen estado físico y saber nadar. Y por supuesto hacerse acompañar por un pescador o guía del lugar.

Accesibilidad: Terrestre y acuático. Anexo # 17.

Tipo 2.1. **MUSEO : Eco - museo Valdivia**

Tipo de Colección: Figurillas Venus de Valdivia.

Calidad e Importancia de la Colección: Buena en calidad y muy importantes dentro de lo que es la época aborígen.

Piezas más relevantes: Las figurillas y un esqueleto de la Cultura Guangala.

Estado de conservación: Bueno.

Organización de la muestra: Regular, por no decir malo. Ya que la mayoría de sus piezas no son originales y las pocas que tienen no justifican el hecho de haberse creado un museo en donde V.E. Estrada descubrió la Cultura Valdivia. Destacándose más como un lugar de comercialización de artesanías.

Posibilidad de visitas (días – horas): De lunes a domingo de 09h00 hasta las 18h00.

Tarifas: **\$0.60** para adultos y **\$0.20** para niños.

Causas de interés turístico: Conocer a la Cultura más antigua del Ecuador y la historia del museo ya que fue construido en **1978** por DITURIS e inaugurado el **16** de Julio de **1979**. Esta ubicado en la parte sur de la comuna Valdivia a mano derecha de la carretera principal Sta. Elena – Manglaralto, en el Barrio Las Tolas, dentro de un área de preservación arqueológica, con una superficie total de **13.000 m²**. (1.3 ~~Hbs.~~) Clasificado como **zona** de ler. Orden según la Ley o Declaratoria del Instituto de Patrimonio Cultural del Ecuador por ser construido sobre lo que quedaba del montículo excavado por Estrada, Evans, Meggers y más tarde Bischof. Ver anexo # **18**.

Tipo **2.1**. MUSEO: “Las **Calaveras**”

Tipo de Colección: Valdivia, Guangala, Tolita, Bahía y Huancavilca. Época colonial.

Calidad e importancia de la colección: La mayoría de las piezas son originales. La importancia radica es que son piezas arqueológicas invaluables. Hay antigüedades como planchas, escopetas y máquinas de coser.

Piezas **más** relevantes: Calaveras, de allí el nombre del museo. Urnas de barro, de la cultura Bahía aparentemente. Planchas y máquinas de coser de la época colonial.

Estado de conservación: Muy bueno.

Organización de la Muestra: Regular, porque se encuentran mezcladas y el dueño va guiando al visitante diciéndole de donde provienen.

Posibilidad de visitas: De lunes a domingo de 09h00 hasta las 18h00.

Tarifas: \$0.20 por **persona**.

Causas de interés turístico: Como se encuentra **al** pie de la carretera a Manglaralto es de fácil acceso, y despierta la curiosidad de conocer más sobre las culturas del **área**; además hay un cartel que menciona la “Venta *de Antigüedades*”. Ver anexo #19.

Tipo 2.2. **RUINAS Y LUGARES ARQUEOLOGICOS: Cultura Guangala.**

Cultura a la que pertenece: Cultura Guangala

Descripción del Sitio: Dentro del pueblo, en la casa del Sr. Fernando Angel Aquino. Diagonal al Museo Valdivia. Cuenta con aparadores en los que reposan una gran variedad de objetos prehistóricos, tales como: Flautas, vasijas, collares de concha mullo, estatuillas, cuentas, etc. En el patio de la casa se pueden observar restos de un entierro Guangala, que consiste en un esqueleto cuyas piernas están en posición de LOTO y las vasijas a su alrededor simbolizan lo **más** utilizado por el difunto en esta vida y lo que utilizará en su vida futura.

Calidad e importancia de los restos: La calidad es buena y muy importante; ya que son piezas originales y si hay alguien interesado en adquirir alguna de ellas se les vende su equivalente **en** réplica.

Facilidades para su visita: Hablar con los dueños de casa.

Estado Actual: El esqueleto en un estado regular y los objetos en buen estado de conservación.

Tarifas: \$0.10por persona. Anexo #20.

Tipo 3.1. MANIFESTACIONES RELIGIOSAS: Festividades: Virgen del Carmen.

Duración: Tres días.

Descripción de la ceremonia: Primer día se realiza “La Víspera”, que son bailes públicos. El siguiente día el llamado “**Balconazo**”, que consiste en la presentación de orquestas y cantantes invitados; y culmina con la quema del castillo. El tercer día se realiza una misa, el recorrido de la Virgen por las calles del pueblo y por último el desfile de la escuela y colegio del poblado.

Lugar y época de acontecimiento: Calles del pueblo. El 14,15 y 16 de julio.

Anexo #21.

Tipo 3.1. MANIFESTACIONES RELIGIOSAS: Festividades: Virgen de Czestochowa.

Duración: Un día.

Descripción de la ceremonia: Se realizan comidas y bailes en la Academia de Corte y Confección.

Lugar y época de acontecimiento: En la Academia de Corte y Confección. El 12 de noviembre de cada año. Anexo # 22.

Tipo 3.1. **MANIFESTACIONES RELIGIOSAS: Festividades: Día de los Santos difuntos.**

Duración: Dos días, de dos a cinco de la tarde.

Descripción de la ceremonia: El primer día se prepara una mesa con las comidas favoritas de los niños difuntos. El segundo día se prepara una mesa con almuerzos para los adultos difuntos de la casa, en una habitación previamente arreglada para recibir a los niños y grandes vivos que vienen a pedir comida con una canción que dice así: “Ángeles somos, del cielo venimos, pan pedimos, si no nos das comida hoy, ya no venimos”.

Lugar y época de acontecimiento: En las casas donde ha fallecido algún niño o adulto. El primero y dos de noviembre. Ver anexo #23.

Tipo 3.4. **ARTESANIAS Y ARTES: Artesanias y alfarería.**

Lugar de producción: Dentro del museo en ciertos días – cuando saben que va a ir una cantidad importante de turistas - y dentro de las casas de los artesanos.

Tipo y Calidad del producto: Bueno.

Descripción del mismo: Hay objetos hechos de coral, tagua, piedrecillas y barro como collares, pulseras, adornos para la casa, etc. También hay mascararas,

jarrones, figurillas de barro, de los cuales se puede hacer pedidos al Sr. Juan Orrala, quien vive a lado del museo.

Lugar de venta: Dentro del museo.

Volumen aproximado de ventas: Depende de la cantidad de turistas que visiten el museo, siendo los fines de semana los más concurridos.

Causas del interés turístico: Conocer como trabajan el barro y la tagua los valdivianos. Anexo #24.

Tipo 4.4. OBRAS DE ARTE Y TÉCNICA: Escultura.

Autor: Gerardo Yagual, habitante del lugar.

Descripción de sus aspectos más relevantes: La calidad es buena ya que esta hecha en piedra arenisca, es muy importante porque llama la atención a la entrada del pueblo por la calle 16 de julio y por su estilo que es prehistórico pues representa a una Venus de Valdivia de **1.60** cm de altura por **60** cm de ancho aproximadamente, sobre un pilar de **2** metros.

Causas del interés turístico: Representa una replica de figura arqueológica de Venus de Valdivia en dimensiones esculturales, a la entrada del pueblo donde se descubrió esta cultura.

Posibilidad de visitas: No hay restricciones. Anexo # 25.

Tipo 4.5. CENTROS CIENTIFICOS Y TECNICOS: *Acuarios*

Descripción general: Se encuentra ubicado en la calle 16 de julio, junto a la playa.

Cuenta con un bar – cafetería para 36 personas; 8 cabañas dentro de las cuales **se** hallan acuarios de un metro cuadrado de vidrio y rectangulares de tipo doméstico con peces tropicales, corales, babosas, jaibas, estrellas de mar, moluscos, etc.

Todos ellos con sus respectivos cuadros explicativos. En una de las cabañas se exhiben los esqueletos de lobos marinos que hace 6 años arribaron al lugar aparentemente desviados de su ruta usual y se quedaron en el sitio falleciendo posteriormente. Cuenta con una cabaña alojamiento para los **niños** de la calle dirigidos por la fundación NUMA (Niños, Universidades y Medio Ambiente), en el extremo izquierdo del acuario con vista a la playa. En el centro del acuario **se** encuentra un gran estanque de 7 metros de diámetro y construcción de cemento, que permite observar fauna marina como: manta ▪ rayas, el pez loro, morenillas, erizos, tortugas marinas, etc.

Causas de interés turístico: Es un lugar divertido para niños y adultos donde **se** puede conocer sobre biología marina, observando especies que viven en el interior del mar peninsular. Es el único acuario que hay en el país (EL UNIVERSO, El Gran Guayaquil, 5 de marzo de 2000).

Tarifas y horarios de atención: Niños \$0.20y adultos \$ 1.00. De lunes a jueves los comuneros entran gratis. El horario en sí es de lunes a domingo de 09h00 hasta las 18h00. Anexo # 26.

Evaluación de los atractivos.- Para desarrollar este punto es necesario realizar un examen de las variables de CALIDAD, **APOYO** Y SIGNIFICADO que consiste en asignarles un puntaje objetivo y crítico de acuerdo a determinados factores (ver tabla # V). Las cuales fueron tomadas de los apuntes de clase de Planificación.

Tabla # V. - PARÁMETROS DE EVALUACION DE ATRACTIVOS

| VARIABLE | FACTOR | PUNTOS MAXIMOS |
|--------------------|--|----------------|
| Calidad | Valor intrínseco | 15 |
| | Valor extrínseco | 15 |
| | Entorno | 10 |
| | Estado de Conservación (y/u organización). | 10 |
| Apoyo | Acceso | 10 |
| | Servicio | 10 |
| | Asociación con otros atractivos. | 5 |
| Significado | Local | 2 |
| | Provincial | 4 |
| | Nacional | 7 |
| | Internacional | 12 |
| TOTAL: | | 100 |

fuente: Apuntes de Planificación Turística.

En el anexo # 27 se presenta la calidad y un resumen del total obtenido por cada uno de los atractivos evaluados.

Subtipo 1.1.1. **MONTAÑAS: Cerro el Carmen.**

En CALIDAD, obtuvo 33/50 lo que indica que su valor intrínseco es favorable, su significado simbólico no es tan importante porque no se han encontrado restos arqueológicos. El entorno y su estado de conservación son aceptables.

En APOYO, obtuvo 11/25 lo que indica que es de fácil acceso, no tiene facilidades turísticas y no está asociado con ningún servicio pero a sus alrededores tiene servicios turísticos como el acuario y los museos.

En SIGNIFICADO, la montaña obtuvo 6/25 por su importancia local gracias a las viviendas que se construyen en ella.

Dando un total de 50/100, lo que significa ser un atractivo con méritos suficientes como para considerarlo importante para el mercado interno; pero sin condiciones para el turismo receptivo.

Subtipo 1.3.1. **PLAYAS: Playa de Valdivia.**

En CALIDAD, obtuvo 41/50 lo que indica que reúne cualidades como temperatura, precipitación pluviométrica y altura ideales para el turismo. Presenta un entorno y estado de conservación aceptable.

En APOYO, obtuvo 9/25 lo que indica la falta de acceso aéreo y un no importante acceso acuático. Es clara la carencia de infraestructura básica en este atractivo, así

como la falta de facilidades turísticas en el aspecto complementario como agencias de viajes, **correos**, artesanías, etc. Mientras que en la asociación con otros atractivos obtuvo su mayor puntaje considerando la cercanía al Acuario, al Museo y dentro de un radio de 7 km encontramos playas como Montañita y Olón.

En SIGNIFICADO, la playa obtuvo **4/25** debido al poco conocimiento provincial y nacional para no mencionar el internacional.

Dando un total de **54/100**, siendo un atractivo con méritos suficientes como para considerarlo importante para el mercado interno; pero sin condiciones para el turismo receptivo.

Tipo **1.5.RIOS: Río Valdivia**

En CALIDAD, obtuvo 19/50 lo indica que su temperatura y altura nos parecieron apropiadas, pero su precipitación pluviométrica no es constante. En cuanto a su valor extrínseco sirve como fuente de trabajo ya que se sacan piedras de este para la construcción de bases de casas. Su entorno es agradable a la vista desde la carretera sobre todo **en** época de lluvias, pero su estado de conservación es pésimo en los alrededores especialmente en las cercanías a las fábricas del lugar.

En APOYO, obtuvo **7/25** por la presentación de acceso terrestre en carretera. No cuenta con facilidades turísticas inmediatas, pero tiene atractivos como el Museo Las Calaveras cercanas a este.

En **SIGNIFICADO**, obtuvo 10/25 debido al conocimiento local, nacional por visita de estudiantes y un conocimiento nulo internacionalmente.

Dando un total de 36/100, por lo tanto **es** un atractivo con méritos suficientes para considerarlo en las jerarquías anteriores, pero igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden completar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico. En el anexo #49 se presenta una toma de medidas del ancho del río, **en** época seca.

Tipo 1.9. **LUGARES DE PESCA:**

En **CALIDAD**, obtuvo 43/50 lo indica que su temperatura, altura y precipitación pluviométrica, en cuanto a su significado simbólico es de gran importancia tanto por ser fuente de trabajo como turístico, indicando que su entorno esta apto para esta actividad.

En **APOYO**, obtuvo 8/25 por la presentación de un acceso acuático no difícil ya que existen canoas de motor y de remo. Evidentemente no cuenta con facilidades turísticas y tiene apoyo al estar cerca del museo y el acuario.

En **SIGNIFICADO**, la playa obtuvo 6/25 por su gran importancia local ya que los nacionales e internacionales tienen poco conocimiento de esta actividad.

Dando un total de **57/100**, lo que es un atractivo capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno o externo, que hubiesen llegado a **su** zona por otras motivaciones turísticas.

Tipo 2.1. MUSEO: Eco - **museo Valdivia**

En **CALIDAD**, obtuvo **48/50** debido a su gran importancia cultural como son las primeras evidencias arqueológicas. Tiene un gran significado simbólico para los habitantes y los **turistas**. Su entorno está conservado y no deteriorado, cuenta con un ambiente agradable.

En **APOYO**, obtuvo **17/25** porque **posee** habitaciones y bar – cafetería que ayuda al museo a dar mejores servicios. Y cuenta con un acuario cercano **como** entretenimiento.

En **SIGNIFICADO**, el museo obtuvo **14/25** por **ser** localmente un punto de interés. Mientras que nacional e internacionalmente es muy poco conocido.

Dando un total de **79/100**, que quiere decir que es un atractivo con **algún** rasgo llamativo, capaz de motivar una corriente de visitantes de mercado interno o externo.

Tipo 2.1.MUSEO: “Las Caiaveras”

En **CALIDAD** obtuvo un total de **42/50**, debido a **su** uso simbólico tanto para las personas que habitan el lugar como para los turistas, en la compra y venta de estatuillas originales y réplicas, su entorno es muy poco aceptable ya que se percibe los malos olores que la fábrica de enlatados origina.

En **APOYO** obtuvo **10/25**, indicando una vía de acceso **poco** favorable, siendo ventajosa por permanecer cerca de la carretera llamando la atención a los turistas.

En cuanto a las facilidades turísticas tiene asociación con otros atractivos como el eco museo Valdivia y el acuario.

En **SIGNIFICADO** obtuvo **6/25**, indicando que en lo local y provincial tiene más difusión turística, sin embargo en lo nacional sólo **se** lo conocerá a través de amigos y quienes pasen por el lugar adquiriendo algún tipo de antigüedades.

Obteniendo un total de **58/100**, refiriéndose a que es un atractivo con suficientes méritos como para ser visitado por el mercado local, pero sin condiciones para el mercado nacional e internacional.

Tipo 2.2.RUINAS Y LUGARES ARQUEOLOGICOS: Cultura Guangaia.

En **CALIDAD** obtuvo un total de **32/50**, ya que su uso y valor simbólico actualmente no es turístico, **su** entorno no es tan conservado por la falta de arreglo

y acceso hacia el sitio mientras que en su estado de conservación esta en proceso de deterioro.

En **APOYO** obtuvo 10/25, por la falta de facilidades turísticas a *su* alrededor. En la asociación con otros atractivos lo tiene con el eco museo, el acuario y la playa lo que le permite estar en el círculo como atractivo.

En **SIGNIFICADO** obtuvo 2/25, debido a que no existe importancia alguna en mantener un lugar arqueológico siendo obvia *su* falta de interés hacia los pobladores del lugar en lo provincial, nacional e internacional.

Dando un total de **44/100** por lo que es un atractivo con méritos suficientes para formar parte del patrimonio turístico como elemento que puede completar a otros atractivos de mayor evaluación.

Tipo **3.1. MANIFESTACIONES RELIGIOSAS: Festividades: Virgen del Carmen.**

En **CALIDAD** obtuvo un total de **47/50** por *su* importancia en su valor intrínseco en el mes de julio. Su valor simbólico es importante ya que anualmente se esmeran en celebrar dichas fiestas. Su entorno y estado de conservación son buenos.

En **APOYO** obtuvo 21/25, indicando que es una fiesta de fácil acceso por parte de la ciudadanía.

En **SIGNIFICADO** obtuvo 12/25, por tener importancia tanto local, provincial como nacional.

Dando un total de 80/100 lo que quiere decir que es un atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, **ya** sea de mercado interno o externo, que hubiesen llegado a su **zona** por **otras** motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas locales.

Tipo 3.1. **MANIFESTACIONES RELIGIOSAS: Festividades: Virgen de Czestochowa.**

En **CALIDAD** obtuvo un total de 32/50 por su importancia en **su** valor intrínseco **en** el mes de noviembre, celebrada en época seca.

En **APOYO** obtuvo 19/25, indicando que es **una** fiesta de fácil acceso para los comuneros. Tiene asociación con otros atractivos. Se celebra en un lugar cerrado.

En **SIGNIFICADO** obtuvo 5/25, por tener solo importancia local.

Dando un total de 56/100 lo que quiere decir que es atractivo con méritos como para ser visitado por el mercado local, pero sin condiciones para el mercado nacional e internacional.

Tipo 3.1. MANIFESTACIONES RELIGIOSAS: Festividades: Día de los Santos Difuntos.

En **CALIDAD** obtuvo un total de **44/50** por su gran importancia en los diferentes valores, durante los primeros días de noviembre donde **niños** y adultos piden comida.

En **APOYO** obtuvo **19/25**, indicando que es una fiesta de fácil acceso para todos aunque no cuenta con una gran asociación de servicios turísticos.

En **SIGNIFICADO** obtuvo **5/25**, por tener solo importancia local.

Tiene un total de **68/100** lo que quiere decir que es atractivo capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno o externo, que hubiesen llegado a su zona por otras motivaciones turísticas.

Tipo 3.4. ARTESANIAS Y ARTES: Artesanías y alfarería.

En **CALIDAD** obtuvo un total de **46/50** por su importancia arqueológica siendo estas diferentes artesanías fuentes de trabajo para quienes las elaboran, tienen un buen acabado y su estado de conservación es fijo.

En **APOYO** obtuvo **17/25**, indicando que son de fácil acceso en su obtención y se da una buena atención al turista por parte de los artesanos. A su alrededor se encuentran facilidades turísticas como el Museo y el Acuario.

En **SIGNIFICADO** obtuvo **13/25**, por ser de conocimiento local, en lo nacional e internacional tiene poca o ninguna promoción para su venta.

Dando un total de **76/100** que indica que es un atractivo capaz de motivar una corriente de visitantes del mercado interno o externo, que hubiesen llegado a su zona por otras motivaciones turísticas.

Sub - tipo **4.4.2.OBRAS DE ARTE Y TECNICA:** Escultura.

En **CALIDAD** obtuvo un total de **45/50** por su importancia en el uso y el simbolismo que la cultura Valdivia otorga a la población, su entorno es favorable y el estado de conservación esta un poco descuidado en su apariencia y brillo.

En **APOYO** obtuvo **15/25**, indicando que los demás atractivos turísticos que tiene a su alrededor como el museo y el acuario son factores que lo ayudan turísticamente, pero no le da las facilidades que debería tener como una tienda de artesanías o un buen restaurante.

En **SIGNIFICADO** obtuvo **3/25**, por ser símbolo que identifica al pueblo como el primer lugar donde se encontró figurillas de la venus de valdivia. En lo provincial solo se la conoce de vista **ya** que esta cerca de la carretera y es notable su presencia.

Dando un total de **63/100** que indica que es un atractivo capaz de interesar a visitantes de larga distancia ya sea de mercado interno o externo que hubiesen llegado a su zona por otras motivaciones turísticas. Además en el anexo # **50** se puede apreciar artesanías semejantes a la escultura hechas por el mismo autor.

Sub – tipo **4.5.1.CENTROSCIENTIFICOS Y TECNICOS: *Acuarios***

En **CALIDAD** obtuvo un total de **48/50**, que indica que la temperatura, altura, precipitación pluviométrica, esta en buenas condiciones, como atractivo se lo recomienda actualmente ya que se lo mantiene en un estado favorable para el uso de los turistas quienes gustan del acuario.

En **APOYO** obtuvo **12/25**, por ser muy llamativo sin embargo no posee una oficina de turismo que lo promocio.

En **SIGNIFICADO** obtuvo **8/25**, es de gran importancia para la comuna siendo este uno de los primeros lugares que los turistas visitan. Cuenta con el apoyo de la prensa para darse a conocer provincial, nacional e internacionalmente.

Dando un total de **68/100**, lo que indica que es un atractivo llamativo capaz de interesar a visitantes ya sea del mercado interno o externo que hubiese llegado a su zona por otras motivaciones turísticas.

Cabe recalcar que la tabla de parámetros de evaluación exige un nivel de factores de grandes polos de desarrollo turístico como Orlando en U.S.A. o Cancún en México.

2.1.2 Características de la planta turística

A continuación explicamos más detalladamente las características de la planta turística, dichas características ~~se~~ las menciona como claves en los apuntes de clase de planificación. Es importante mencionar que las palabras “**Tipo y subtipo**” a la que le siguen ciertos números, fueron tomados del orden en que se hallan en la tabla de INVENTARIO DE LA PLANTA TURÍSTICA.

Sub - tipo **1.2.4. - VIVIENDAS EN ALQUILER EN CASAS Y CABAÑAS:**
Eco-museo Valdivia.

Número de dormitorios: **4** dormitorios.

Número de Camas: **1** cama por dormitorio.

Otras comodidades: El dormitorio cuenta con toldo, ducha y el servicio higiénico esta ubicado afuera de la habitación. Se puede pedir que le preparen comida.

Precio: **\$1.40** por persona. Anexo #28.

Tipo 2.2.- CAFETERIAS Y BARES: Acuario

Número de mesas: 6 mesas y cada una con capacidad para 6 personas.

Tipo de servicio: El pedido de las comidas se realiza con previo aviso, el menú depende de lo que el cliente quiera y los encargados se dispongan a preparar. Una vez que el cliente se ha ubicado en la mesa, le sirven lo acordado.

A.A. Calefacción: Es una cafetería al aire libre y recibe la brisa marina.

Precios: El precio varía de acuerdo al plato y a la cantidad de gente que se vaya a servir ver anexo #29.

Tipo 4.2. TRANSPORTE TURISTICO

Número y tipo de organizaciones que los agrupan: Existen 3 tipos de organizaciones que llevan pasajeros a poblaciones cercanas y forman cooperativas de transportes.

Número, tipo y capacidad de los vehículos: C.I.T.U.P. que se dirige a Olón, cuenta con 30 buses con capacidad para 35 pasajeros. La Cooperativa PUERTO LOPEZ y la coop. 2 DE NOVIEMBRE cuentan con 27 unidades con capacidad para 35 a 45 pasajeros y 22 unidades con capacidad de 29 a 40 pasajeros respectivamente.

Precios: Varía de acuerdo al lugar a donde se dirija, pero desde Santa Elena a Valdivia se paga \$0.40 de ida. El tiempo de recorrido es de aproximadamente 40 a 45 minutos.

Excursión regular **y** especial: Por lo general ellos realizan su ruta normal, sin embargo se puede llegar a un acuerdo con el dueño del vehículo, ver anexo #30.

Tipo 4.4. **COMERCIOS TURISTICOS: Eco-museo Valdivia**

Artículos que venden: Cerámicas de las diferentes culturas, collares, adornos **y** artesanías en tagua, paja toquilla, concha madre perla, etc.

Número de empleados: 2

Precios: Varían de acuerdo al objeto, ~~así~~ el más barato es de \$0.60 **y** el más caro es de \$20. Ver anexo #31.

Tipo 4.4. **COMERCIOS TURISTICOS: Museo “Las Calaveras”**

Artículos que venden: Toda clase de antigüedades como: calaveras, urnas funerarias, planchas **y** máquinas de coser estas últimas de la época colonial.

Número de empleados: La familia del dueño.

Precios: Van de \$0.60 hasta \$200 o **\$400**, dependiendo del objeto ver anexo #32.

Evaluación de la planta turística. - No existe un estándar apropiado para evaluar la planta turística en los distintos países **y** los libros consultados tampoco lo recomiendan, por lo que creímos conveniente no establecer un sistema de evaluación. Sin embargo las **CARACTERÍSTICAS** registradas de cada establecimiento permiten una primera evaluación (Cárdenas Fabio, 1996).

2.1.3. Características de la infraestructura

Se explica detalladamente las características de la infraestructura, dichas características se las menciona como claves en los apuntes de clase de planificación.

Sub-tipo 1.1.1. Vial

Número de rutas y puntos que unen: La ruta principal es la que se dirige desde Santa Elena a Manglaralto y más adelante llega a la Prov. de Manabí. En el transcurso de **esta** hay muchas rutas secundarias que unen a pueblos como Palmar, Manantial de Guangala, Ayangue, Barcelona, Manglaralto, etc.

Extensión de cada ruta: Desde Santa Elena a Manglaralto son **55** km. En el km **42** se encuentra Valdivia. En el km 86 se llega al límite provincial que es el pueblo de AYAMPE.

Tipo de calzada: La mayoría de la ruta esta recientemente asfaltada y ciertos caminos secundarios son de tierra siendo transitables desde junio a noviembre.

Estado de la ruta: Excelente en **su** mayoría. Sin embargo hay tramos como los puentes que durante el Fenómeno del Niño (1998) se los llevó la corriente, que aun están siendo arreglados.

Velocidad promedio en automóvil: 90 km/hora.

Otras: La poca señalización que existe obliga a prestar más atención a los letreros que están a lado de la carretera.

Tipo 2.3. TELEFONICOS

Ubicación: En la casa comunal de Valdivia, existe el Único teléfono para la población. Y una cabina Bellsouth cerca del acuario.

Precio: \$0.10 por minuto.

Tipo 3.1. ENERGÍA ELECTRICA

La Energía Eléctrica se la obtiene a través de la Empresa Eléctrica Península de Santa Elena, el alumbrado esta considerado como red secundaria.

Tipo 3.2. AGUA POTABLE

El Instituto Ecuatoriano de Obras Sanitarias (**IEOS**) construyó un sistema regional de Agua Potable entre las poblaciones de Carrizal, Barcelona, Sinchal, Valdivia y San Pedro que se conduce desde un pozo somero hasta la población a través de tuberías y grifos públicos, dicho servicio se averió durante el fenómeno del Niño, por lo que actualmente la población se abastece mediante tanqueros que venden agua por lata (16 litros).

Tipo 3.3. MANEJO DE AGUAS LLUVIAS Y SERVIDAS

Valdivia no dispone de un sistema de desalojo de aguas lluvias ni letrinas públicas, siendo la eliminación de excretas de sus pobladores mediante letrinas en

la parte posterior de sus viviendas, construidas por el Fondo de Inversión Social y Emergencia (FISE).

En cuanto a la **evaluación de la infraestructura**, no cabe realizarlas ya que este requisito es satisfecho al registrar las características de cada categoría, tipo o subtipo (Cárdenas Fabio, 1996).

2.2.Facilidades

Nuestras facilidades cubren los aspectos de “*equipamiento*”, que son establecimientos administrados por la actividad pública o privada dedicados a prestar los servicios básicos, como: alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios. Todo esto como una etapa inicial de desarrollo de un Centro Turístico Secundario.

Primero presentamos las normas generales para un Centro Turístico y para cada una de las facilidades que queremos establecer. En los puntos siguientes anotamos el significado de dichas facilidades y como planeamos presentarlas al público.

Normas para un Centro Turístico.- Una vez decidido donde se ubicará el sitio del “Centro Turístico”, se aplica la metodología tradicional de diseño urbano, cuyas etapas básicas son:

- El establecimiento de dimensiones, que en el caso de un centro turístico dependerá de los indicadores siguientes: a) el número de habitantes, b) el sistema de alojamiento, y c) las alturas máximas y mínimas de los edificios.
- La zonificación por funciones (trabajar, circular, habitar y recrearse) y el trazado de la estructura o red de circulaciones, comunicaciones, energía, abastecimiento de agua y desagües.
- La asignación de densidades a cada zona.
- La planificación del crecimiento por etapas.
- La codificación de normas urbanas.
- El diseño de partes singulares que actúen por efecto demostrativo como modelos del resultado formal que persiguen las normas urbanas.

La mayoría de estos puntos van dirigidos y manejados por Arquitectos e Ingenieros contratistas.

Normas de Alojamiento y de Alimentación.- De acuerdo con los “Requisitos de los Establecimientos Hoteleros para la Prestación de Servicios” (Subsecretaría de Turismo, **1999**) y con la entrevista a la Lic. Susana Cedeño, las Hosterías, Paradores, Refugios, Moteles y Cabañas, en atención a las instalaciones y servicios que presten se clasificarán en las categorías de tres, dos y una estrella que corresponden a primera, segunda y tercera categoría respectivamente. En la tabla # VI se nombran los tipos de servicio por parte de cierto tipo de alojamiento.

Tabla # VI. - HOSTERIAS, PARADORES, REFUGIOS, MÔTELES Y CABAÑAS

| SERVICIOS: | Primera Categoría | Segunda Categoría | Tercera Categoría |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|
| | | ** | |
| Personal capacitado bilingüe. | +*+ | | |
| Mozo de equipaje o mensajero, en recepción. | *** | | |
| Servicio de Cafetería las 24 horas. | +t* | | |
| Botiquín de Primeros Auxilios | *** | ** | * |
| Cabañas de 2 dormitorios, 1 baño, sala, comedor, refrigeradora, cocina, T.V. y aire acondicionado. | +++ | ** | |
| Servicio de estacionamiento privado | *** | | |
| Capacidad máx. de 4 personas por cabaña. | *** | | |
| Central de Teléfono para llamadas locales e interprovinciales y comunicación con las habitaciones. | *** | ** | |
| Teléfono público en recepción, para uso común de los huéspedes. | *** | ** | * |

fente: Subsecretariade Turismo.

Las Hosterías, Paradores, Moteles, Refugios y Cabañas, cualquiera que sea su categoría deberán disponer además de servicios comunes de comedor y pisos.

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT) que cuenta con una división de hasta cuatro categorías, establece que los hospedajes de cuarta tengan un área total de 13 m² incluido el baño el cual tendrá su ducha y lavamanos. Los servicios públicos que comprenden el área libre y el vestíbulo de entrada tendrán un mínimo de 20 m² y la cafetería con servicio de desayunos. En cuanto a servicios internos deberán contar con electricidad, servicios de emergencia, disponibilidad de agua

potable (**100** litros plaza/día), reserva de agua de un día de consumo y agua caliente de **55"** en todos los baños.

Normas de Museo. - Según la CONADE las referencias importantes para museos en general implica una población servida para capitales de provincia de 40.000 a **200.000** habitantes, el radio de acción será de **2 Km** máximo, el área de terreno de **1.200m²** y el área de construcción de **300 m²** (Angel Choca, pág. **115,1998**).

El folleto de PIAPUR para salas de exposición y bibliotecas de un museo, presenta las siguientes normas:

- En un museo se debe considerar **0.1 m²/hab.** Para estimar su **área** de terreno constructivos; **20 Km** como radio de acción máximo y con una transportación en colectivo o buces.
- En las salas de exposiciones se necesita **0.03 m²/hab** y en la biblioteca el **0.04 m²/hab.**

Para un centro de interpretación no encontramos las normas a emplear.

2.2.1. Centros de Alojamiento y Alimentación

Nuestra propuesta es la creación de cabañas cercanas a la playa porque el turista se siente atraído por ella y contaría con una agradable vista.

Cabaña: Es todo establecimiento hotelero situado **fuera** de los núcleos urbanos, preferentemente en centros vacacionales, **en** los que mediante precio presta servicio de alojamiento y alimentación al público en general, en edificaciones individuales que por **su** construcción y elementos decorativos están acordes con la zona de su ubicación y su capacidad no sea menor de 6 cabañas. (Apuntes de planificación turística).

Para instalar las cabañas de alojamiento y alimentación, sugerimos el área entre Playas Brujas y el sector urbano de la comuna, en donde no se restringe la construcción a la playa. Debido a que construcciones o usos de áreas de playas requieren de pagos de permisos al DIGMER (Dirección General de Marina Mercante) y no se permite la instalación permanente de construcción alguna en dichas áreas.

El diseño de cabañas rústicas del tipo ACHUAR, se debe a que queremos retomar el concepto Ecolodge (hotel ecológico) de Kapawi, que fue construido de acuerdo con la arquitectura de la etnia Achuar, cuyas construcciones son de madera y como techo se utilizan hojas de palma, que proporciona aire fresco **en** época de sol y una conexión entre el visitante y el medio ambiente.

Descripción del Centro de Alojamiento y Alimentación.- La altura máxima de nuestras cabañas serán de 5 metros, puesto que las de Kapawi tienen esta altura, sobre palafitos de 2 metros y con techos de paja toquilla o cade.

- En un inicio se instalarán **4** cabañas simples con 2 dormitorios y baños propios, **con** vista a la playa **y** tendrán **27 m²** cada una.
- Dos **cabañas** familiares que constarán de un dormitorio matrimonial con baño incluido, cuarto de niños con 2 literas y su respectivo baño, destinadas para familias o grupos con una dimensión de **28 m²** cada cabaña.
- Una cabaña destinada para restaurante que **será** de **forma** octagonal y constará de un gran balcón con vista a la playa, cocina, de bar - cafetería, bodega, un baño para clientes **y otro** para el personal; con un total de **156 m²**.
- También tendremos una cabaña de **36 m²** que funcionará como administración, constará de recepción, sala de espera, bodega para lencería - blancos, papeles, etc. y una oficina con su respectivo **baño** (ver anexo # 33).
- Para el manejo de los desperdicios orgánicos de los turistas **se** emplearán técnicas ecológicas recomendadas por profesionales en estos casos.

Para tener **una** idea de la inversión que **se** requerirá para la construcción **y** montaje de estas cabañas, presentamos un presupuesto de inversión (ver anexo # 34), **se** tomó como base los once elementos específicos del libro de Hernández Edgar (1996) y se realizó una investigación de campo para conocer las cantidades aproximadas que requerirá cada uno de los elementos **como** el pago del alquiler del terreno a la comuna, los **costos** de las adecuaciones infraestructurales, etc. **El** capital de trabajo, es el equivalente de los costos y gastos de los **7** primeros meses de operación.

Se presenta la tabla de AMORTIZACIÓN del préstamo (anexo #35), se estiman los ingresos a 10 años (anexo # 36) y el ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS (anexo #37) del Centro de Alojamiento y Alimentación.

Es importante señalar que todas estas evaluaciones (**presupuestos de inversiones, amortización, ingresos estimados, estado de perdidas y ganancias**) de este capítulo son utilizadas como técnica de planeación y orientación.

2.2.2. Museo de sitio y sitios de interés no solamente del sitio, sino de su área de influencia.

Dentro del Inventario de Atractivos realizado, encontramos que Valdivia cuenta con un museo de sitio ECO MUSEO VALDIVIA, con una superficie total de 13.000 m². (1.3 Has.). Su construcción según expertos presentó *“carencias de criterio técnico especializado desde un principio”* (Pazmiño Mónica, 1998). La Comuna Valdivia firmó otro convenio con CETUR (actualmente llamado SUBSECRETARIA DE TURISMO) para convertir las instalaciones en un *“taller de réplicas hispánicas”*; gracias al patrocinio del francés Erick Miele, representante de una fundación ecológica fue re - inaugurado el 16 de Julio de 1997 por lo que actualmente cuenta con la elaboración de artesanías *“in situ”* y un sitio para las muestras pictóricas de artistas, todo esto ha motivado a la población e impulsado al turista para que lo visite. Sin embargo presenta pocas piezas

precolombinas, lo cual desilusiona un poco al visitante que espera encontrar una gran variedad de piezas.

Nuestra propuesta es presentar una edificación que trate de definir lo mejor posible –dentro de sus posibilidades reales- el concepto de museo.

Museo.- *‘Lugar o edificio donde se recogen y ordenan colecciones de objetos científicos o de arte para su estudio y exposición al público, así como la institución que lo dirige* -- (Diccionario Santillana, **1994**).

De acuerdo a estudios realizados por arquitectos (Choca Angel, **1998**) relacionados al tema nos pareció apropiada la idea de una remodelación del actual museo sobre la base del diseño de una edificación con dos plantas, por lo que adaptamos el diseño para que en la planta baja funcionen las salas de exposición, administración y conservación de piezas y en la planta alta se encuentren la sala de conferencias, la biblioteca y los servicios generales, lo que se explica en la tabla # VII y en el anexo # 38.

Tabla # VII. - DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DE LA EDIFICACIÓN

| <i>Descripción</i> | Planta Baja | Planta Alta |
|--|--------------------|--------------------|
| Restauraciones de piezas, depósitos de obras. | ◆ | |
| Salas de exposiciones permanentes en espacios cerrados y temporales al aire libre. | 4 | |
| Administración, Información, Tienda de Souvenirs. | ◆ | |
| Bodegas generales. | ◆ | |
| Servicios Higiénicos generales y Plazoleta. | 4 | |
| Sala de Conferencias, Bar – Cafetería. | | ◆ |
| Biblioteca, Laboratorio (publicidad, fotografía y audiovisuales) | | ◆ |
| n limpieza y t r i t | | ◆ |

FUENTE: Choca 1998.

Las piezas que presentará el museo serán fieles réplicas de las originales u obtenidas por donaciones y préstamos. Se exhibirá mensualmente una pieza clave como se lo hace en el Museo Antropológico de Guayaquil; ya que debe reflejar y reconstruir la identidad de los valdivianos y del Ecuador. El museo deberá estar a cargo de un ONG, de la comuna y contar con cierto apoyo del estado.

Para tener una idea de la inversión que se requerirá para la remodelación y montaje del museo, presentamos un presupuesto de inversión (ver anexo #39).

Sitios de interés no solamente del sitio, sino de su área de influencia.- El poblado de Valdivia es un gran cementerio precolombino, en el que se hallan restos de la Cultura Valdivia, Guangala y Huancavilca; ante lo cual algunos pobladores han excavado en las calles y en el patio de sus casas encontrando restos

de dichas culturas. Este es el caso de la familia Angel Aquino, que tiene en exhibición un esqueleto, figurillas y vestigios de la Cultura Guangala y venta de imitaciones. La casa esta ubicada al sur de la comuna a mano izquierda de la carretera principal Sta. Elena - Manglaralto.

También hay otro museo denominado LAS CALAVERAS, se encuentra vía a Manglaralto casi saliendo del poblado, su dueño es Joselito Angel. Aquí no solamente podrá observar una gran variedad de piezas arqueológicas y antigüedades sino que también tendrá la posibilidad de comprarlas.

El desarrollo de este sub - punto implica mencionar otros **museos** que se encuentran en el área de influencia (2 horas distancia - tiempo), tales como:

Museo de Real Alto.- Aquí se encuentran vestigios de primeras aldeas agro-alfareras con centro ceremonial, representado por la Comuna Valdivia (4000 - 1700a.C.). Esta ubicado en el desvío del kilómetro 115 de la carretera Guayaquil - Salinas, a una distancia aproximada de 12 km. El museo de sitio "El Mogote", comprende una vivienda etnográfica, una cafetería, un huerto experimental, un área de laboratorio y hospedaje para investigadores y estudiantes, y una casa comunal para venta de artesanías.

Museo Amantes de Sumpa.- En el edificio del Museo se presenta la historia prehispánica, colonial y republicana de la Península. Se conservan "*in situ*" tres

entierros que evidencian las costumbres funerarias de los antiguos habitantes VEGAS y sus ofrendas, incluyendo el entierro conocido como ‘Los Amantes de *Sumpa*’. También cuenta con una vivienda campesina, ambientada según las costumbres de los años treinta.

Museo Farallón Dillón.- Es un museo producto de la recolección de piezas relacionadas con el mar hechas por el capitán de navío DOUGLAS DILLÓN durante sus viajes a diferentes sitios del planeta. Cuenta con una hermosa vista al mar de Ballenita y relata la historia de la famosa nave española LA CAPITANA que naufragó cerca de la costa de Chanduy en la Península de Sta. Elena.

Museo León.- Su dueño es el pintor LEON RICAURTE MIRANDA. Conformada por un pequeño bar - cafetería con vista al mar de La Libertad, esta rodeada de obras de arte contemporáneo, piezas prehispánicas y coloniales. En la parte inferior del lugar, se han hallado osamentas Guangala que en un futuro tendrán una mejor presentación para el público (anexo #51).

En lo que respecta a los sitios de interés y artesanal, de acuerdo al inventario realizado, hemos encontrado los siguientes lugares:

Taos.- Lugar con lagunas donde se puede pasear en moto acuática. Cuenta con un restaurante, parqueo y se puede caminar por senderos de madera y palafitos,

Islote “El Pelad’. - Es un islote ubicado entre Ayangue y San Pedro a 5 km de la costa. Lugar donde las aves anidan y se alimentan produciendo una gran cantidad de guano. En sus alrededores se práctica el buceo y la pesca deportiva. Sí decide coger **una** lancha desde Ayangue le costará un aproximado de **\$25**, pero si **se** embarca en Valdivia le costará \$15 dólares.

Barcelona.- Caracterizada por sus laboriosas mujeres, quienes realizan el procesamiento de la paja toquilla, usted podrá observar paso a paso como esta planta se transforma en sombreros, bolsos y demás adornos; comprándolos a cómodos precios.

Fundación Pro-pueblo.- Se encuentra en Manglaralto. El papel que desempeña esta fundación es muy importante como es hacer que la población tome conciencia en aspectos de salubridad como: reciclaje, adoquines en las calles, limpieza de las playas y formación de talleres. Proporcionando fuentes de trabajo como: elaboración de artesanías, servicios de guías turísticos y hospedaje. Ayudan a las comunidades de Olón, Montañita y Manglaralto. Todos estos servicios proporcionan la satisfacción de las necesidades que el turista solicita.

Montañita.- Es uno de los balnearios preferidos por miles de visitantes los fines de semana, pese a que no está entre los **más** seguros para los bañistas, según un estudio del PMRC. Durante el feriado de carnaval en este sitio se realiza el Campeonato Nacional de Surf desde hace **14** años, convocando a los mejores

exponentes no solo en el ámbito de nacionales sino también en el ámbito internacional como Brasil, Colombia, Costa Rica, Estados Unidos, Panamá, Perú, Venezuela, Suiza y Chile. Las olas de Montañita, según expertos son de 6 a 8 pies (180 a **240** cm). Debido a este evento el sitio cuenta con hosterías, restaurantes, cibercafés y discotecas.

2.2.3. Centro de interpretación.

Para entender lo que es un centro de interpretación (C.I.), optamos por este concepto: *“Lugar determinado donde se presenta y explica toda la información referente al sitio de visita como hábitos de vida, naturaleza, geografía, flora y fauna, de forma fácil y amena para que el turista le encuentre sentido a lo que verá o ya vio durante su visita”*. (Apuntes de Clase Manejo de Areas Protegidas, 1997).

Valdivia actualinente no cuenta con un centro de interpretación, lo que a nuestro criterio es necesario para entender la idiosincrasia de la población pasada y actual del lugar. Proponemos su funcionamiento cerca de las cabañas de alojamiento y que conste de los siguientes aspectos:

- Oficina de información: con folletos, mapas guías.
- Venta de souvenirs: venta de videos, camisetas, gorras, llaveros, replicas de cerámicas y/o artesanías del sitio.

- Sala etnográfica: Donde se presenten las diversas tecnologías de tradición milenaria que aun existen en la costa ecuatoriana. Con diseños a escala del pueblo a través del tiempo; videos de entrevistas a sus habitantes; paneles de la gente más representativa o que haya hecho importantes aportes al lugar.
- Teléfonos públicos, instalados por alguna compañía de celulares.
- Baños públicos
- Señalización, elaborados en madera por los habitantes del lugar.
- Botes de basura, donados por **las** fábricas del lugar a manera de reciclaje.

Senderos: Caminata por el margen del **río** y ascenso al cerro del Carmen; visitar una finca del lugar en la que se esté sembrando o cultivando.

Recomendamos construcción en madera, con formas elípticas y techos cubiertos con hojas de palma, recordando el concepto arquitectónico de la aldea Valdivia encontrada en Real Alto. En el anexo # **40** se puede ver el diseño del Centro de Interpretación el cual tiene una extensión **120 m²**.

Al igual que el museo el centro de interpretación deberá estar a cargo de un **ONG**, de la comuna y contar con cierto apoyo del estado. Para tener una idea de la inversión que **se** requerirá para la construcción **y** montaje de esta cabaña, presentamos un presupuesto de inversión (ver anexo **#41**).

2.3.RecorridosRecomendados

Es importante mencionar que hay múltiples sitios de interés a lo largo del camino llamado “Ruta del Sol”, por lo que se pueden presentar varias opciones de visita, nosotros solo mencionamos las partes que nos parecen **más** llamativas tratando de cumplir con el área de influencia y aplicando un límite de tiempo que se explica en el capítulo 3. El hospedaje **se** daría en la Comuna Valdivia. He **aquí 2** opciones:

I - Opción.- En la cual nos haremos cargo del desayuno y cena.

- ☞ Salida desde Guayaquil.
- ☞ Museo de Real Alto (Chanduy).
- ☞ Taos, sitio de recreación, motos de agua y restaurante.
- ☞ Pacoa, Ecuasal.
- ☞ San Pedro, pueblo de pescadores cercano a Valdivia.
- ☞ Valdivia. Visitar el acuario, el museo.
- ☞ Visita a la fundación Pro-pueblo en Manglaralto.
- ☞ Visita a Loma Alta.
- ☞ Montañita.
- ☞ Visita a Barcelona.

II.- Opción

- ☞ Salida de Gye.
- ☞ Llegada a Sta. Elena (anexo #52).
- ☞ Tomar la ruta a Manglaralto.
- ☞ Taos

- ☞ Playas de **San** Pablo.
- ☞ **San** Pedro, pueblo de pescadores cercano a Valdivia.
- ☞ Valdivia, playa, acuario, museo y hospedaje.
- ☞ Montañita.
- ☞ Olón, visita al Santuario y su playa.
- ☞ Visita al museo de los Amantes de Sumpa en Santa Elena.

Se puede apreciar fotos de las playas de **San** Pablo, Monteverde, San Pedro y de Valdivia en los anexos # 53, 54, 55 y **56** respectivamente.

CAPITULO III

ANALISIS DEL MERCADO

Es necesario considerar puntos estratégicos como son la recopilación, clasificación, análisis e interpretación de variables para una adecuada solución de los problemas relacionados con las transferencias y ventas del producto turístico del oferente al demandante o consumidor denominado turista con el propósito de aumentar las utilidades. Un proyecto turístico solicita, antes de efectuar su inversión, una investigación del mercado para determinar el número de turistas potenciales.

3.1.Mercado Objetivo. Tipo de turismo.

Con el fin de estudiar detalladamente el Mercado Objetivo, se crean y planifican estructuras turísticas siempre de acuerdo con los deseos, gustos y características del cliente potencial. Con la existencia del Patrimonio Turístico, conformado por los Atractivos Turísticos, el Alojamiento, la Alimentación, el Transporte y un

Programa de Diversiones, se está en capacidad de organizar un mercado receptivo turístico y ponerlo en venta para ser adquirido directamente por el TURISTA o a través de una AGENCIA DE VIAJES .

Existen tres tipos de mercado de los cuales nos inclinamos por el Mercado Receptivo. He aquí las definiciones de los 3 tipos de mercado:

MERCADO INTERNO.- Incluye turismo social y el mercado recreacional. Es de significativa importancia el conocimiento que tengan los pobladores de su propio país antes que el extranjero, con el fin de que de promocionar su territorio.

En el caso de la comuna es necesario que las personas que trabajen en las instalaciones turísticas, estén debidamente preparados culturalmente ante la llegada de turistas.

MERCADO REGIONAL.- Es de primordial atención a la facilitación del movimiento de personas entre los países que integran la región, a fin de lograr un mejor conocimiento entre ellos con lo que se ayuda a dinamizar el proceso de integración.

MERCADO RECEPTIVO.- En el que se toman medidas y emprenden acciones que permitan cubrir y desarrollar adecuadamente, los siguientes campos de actividades:

- Atracción de Mercados.

- Transporte y Movilización de Personas.
- Facilitación Turística, que comprende el alojamiento y la alimentación.
- Utilización y Protección de los atractivos turísticos Naturales.
- Puesta en Valor del Patrimonio Cultural.
- Capacitación de Recursos Humanos Naturales para el pronto desarrollo Turístico.

En realidad, los atractivos que posee y poseerá Valdivia son los elementos integrantes del producto que el turista seleccione; y el que generará un mercado masivo, si esos atractivos son de calidad.

Existen varios tipos de turismo que son rentables como:

- Turismo de Negocios.
- Turismo Deportivo.
- Turismo de Aventura.
- Turismo Religioso.
- Turismo Cultural.
- Turismo Científico.
- Turismo Gastronómico.
- Turismo Estudiantil.
- Turismo de Salud y Medicinal.

A nuestro criterio nos inclinamos por los siguientes tipos de turismo:

Turismo de Aventura- Actualmente tiene más auge, pues siempre al hombre le ha llamado la atención lo desconocido, como las regiones ignoradas, en especial aquellos que tienen leyendas.

Turismo Cultural.- Es de muy baja permanencia y tiene gran elasticidad al dejarse complementar con otros turismos, aspecto que ha permitido que los proyectos para este campo sean rentables. Corresponde aquella corriente de visitantes que miran museos, monumentos, obras de arte y vestigios arqueológicos de manera superficial.

Turismo Científico.- Pertenece al mismo campo que al cultural, pero es de más larga permanencia, la edad de los visitantes es mayor y no se deja mezclar con otros tipos de turismo. Esta compuesto de visitantes de alta preparación intelectual como historiadores, literatos, arqueólogos, economistas y demás profesionales que viajan con el objetivo principal de analizar con profundidad el país extranjero.

Turismo Estudiantil.- Este es uno de los más importantes dentro de los planes de desarrollo del turismo interno. El interés radica en la conciencia que se va formando en el estudiante sobre la importancia que tienen los viajes para su preparación intelectual, pues de esta manera se obtiene la mayor cultura que se adquiere a través de los desplazamientos.

3.2. Análisis de la Demanda

Cuando nos referimos a una demanda como la que tiene la Cultura Valdivia es considerar que ha sido muy poca debido:

- A los escasos servicios turísticos como falta de información, caminos en buen estado, letrinas, hospedaje y lugares de alimentación.
- No hay suficientes atractivos en la comuna, solo cuentan con el acuario que dispone de diversidades de especies tales como: peces, tortugas marinas, estrellas y caballos de mar, etc. Con la playa, el museo Valdivia con pocos vestigios arqueológicos pues no cuenta con las auténticas Venus sino con replicas.
- A que los museos no **han** tenido el debido mantenimiento por parte de las entidades encargadas de esos aspectos.
- No cuenta con señalización que indique la presencia del pueblo en la carretera a Manglaralto, a pesar de ser el lugar del descubrimiento de la Cultura Valdivia.

Valdivia es una comuna que **se** quiere superar en cuanto a turismo se trata y para esto requiere una importante demanda; la cual variará de acuerdo **al** Índice de Precios Turísticos - tabla dada por la Subsecretaría - por los impuestos a cobrar y por el nivel económico en general del país.

Tratamos de establecer un cálculo de demanda a través de fuentes como la CTG, el **INEC** y de encuestas, La Comisión de Tránsito del Guayas no lleva un control estadístico de cuantos vehículos han ingresado a la Península de Santa Elena durante la temporada y fuera de ésta. Ellos manejan el ingreso de buses que hacen turismo de fin de semana o “charters” **a** las playas de la península, mediante un estudio de Capacidad de Carga Turística de las playas realizada por el Programa de

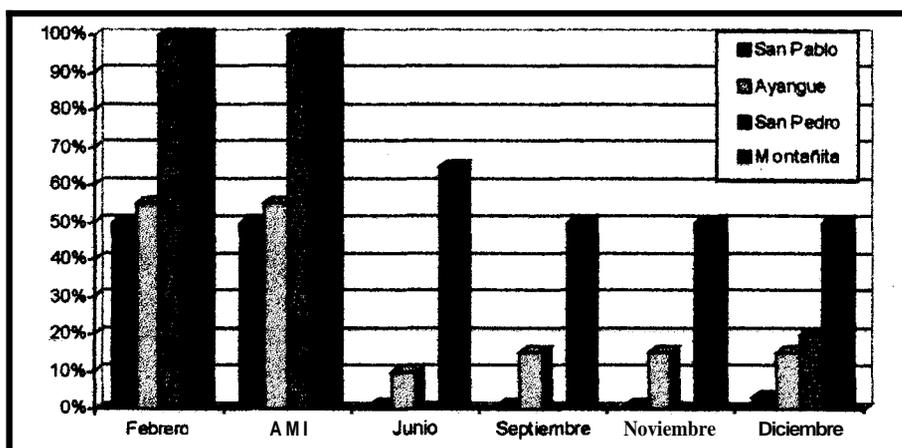
Manejo de Recursos Costeros (PMRC); en dicho estudio no se hace referencia a las playas de Valdivia. Por parte del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, encontramos que no se lleva ese tipo de estadísticas, Sin embargo de acuerdo al Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones para el año 1995 en el tramo Santa Elena – Manglaralto el número de vehículos livianos fue de **203.670** con **611.010** pasajeros, mientras que la cantidad de buses fue de **74.460** con **2'233.800** pasajeros. Lo que quiere decir que más de **2'500.000** de personas pasaron por Valdivia en el año '95.

Respecto a nuestras encuestas, decidimos realizarlas a los empresarios hoteleros o encargados de los hoteles, un restaurante y una fundación, todos cercanos a Valdivia tales como: Hostería “**Las Olas**” en San Pablo, Hotel “Cumbres de Ayangue” en Ayangue, Hostería “Valdivia Eco-lodge” (anexos #58 y 59) entre Ayangue y San Pedro, Restaurante “Playita Linda” en San Pedro, Hospedaje del Museo y del Acuario en Valdivia, Fundación Pro-pueblo en Manglaralto, las Hosterías “Montañita” y “Planeta **Azul**” junto con el Hotel Baja Montañita en Montañita. Y por supuesto a los turistas que salen a la Península. **Todo** esto nos ayudaría a tener una idea de la demanda del lugar, del perfil del turista que le gustaría conocer Valdivia o la zona, así presentamos unos cuadros estadísticos de acuerdo a las respuestas dadas por nuestros entrevistados.

Encuestas a los empresarios hoteleros o encargados de los hoteles.- Les hicimos preguntas como en qué fecha llegan los turistas, respondiéndonos que por lo general les llegan en feriados como Carnaval, Semana Santa y fines de semana. Consideran

que los meses de vacaciones **en** la costa es la temporada alta para la mayoría; puesto que Montañita durante todo el año tiene visitantes sobre todo extranjeros (ver gráfico # 2), Valdivia Lodge **se** inauguró en Carnaval y el hospedaje en el **Museo** y el Acuario, tienen poco tiempo de funcionamiento **como** tal. Pro-pueblo, recientemente a iniciado **una** campaña de hospedaje en **casas** de familias de **hasta** 4 miembros, por lo que no son considerados en esta tabla.

Gráfico # 2. - FECHAS DE INGRESO DE TURISTAS

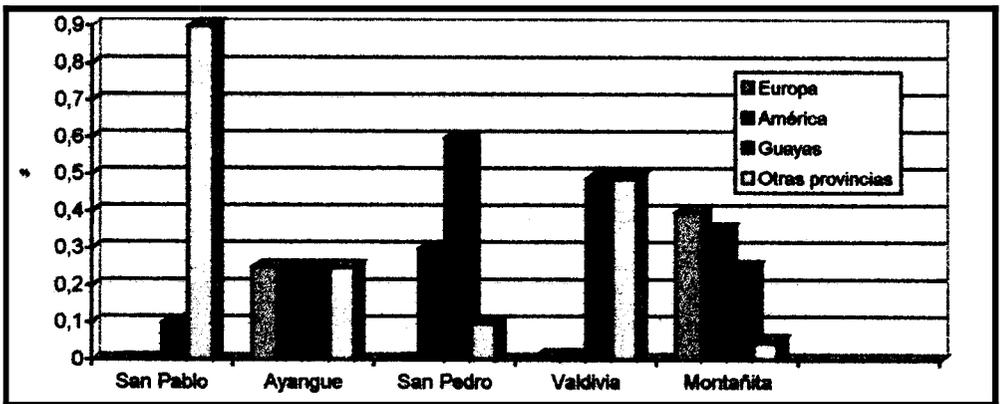


FUENTE: Encuesta a hoteleros 10-02-2000.

También se preguntó de dónde provienen los turistas (ver gráfico #3), ante lo cual el Sr. Morán que trabaja desde hace dos años **en** “Las **Olas**” nos respondió que la mayoría son nacionales y de la Sierra, **mientras** que de la provincia del Guayas son muy pocos y **nada** de extranjeros. En “Cumbres de Ayangue”, el Ing. Castro nos dijo que nacionales y extranjeros llegan **en** igual proporción. En **San** Pedro, el restaurante es visitado por muchos colombianos y guayaquileños, turistas de Pichincha y Azuay igualmente visitan el sitio. **En** Montañita, llegan muchos mochileros europeos desde junio hasta noviembre, **en** menor proporción argentinos, chilenos, colombianos, peruanos, brasileños y de Ecuador la mayoría son guayacenses. A Valdivia, llegan

estudiantes de biología *en su* mayoría nacionales y muy pocos extranjeros a causa del Acuario. En Manglaralto, el alojamiento fue diseñado para estudiantes e investigadores extranjeros, curiosos de conocer a una familia típica de la zona.

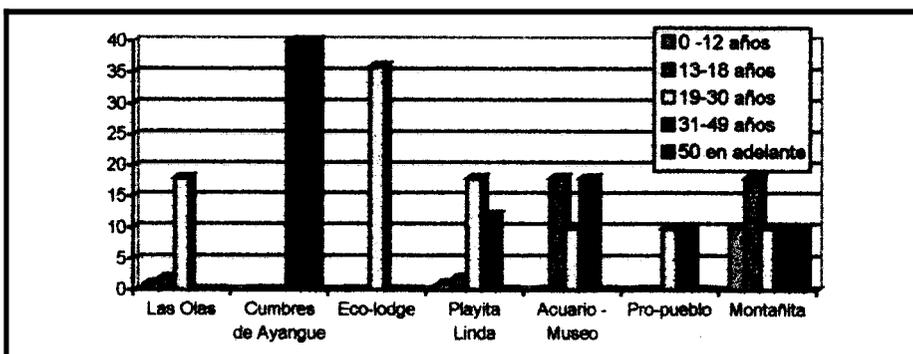
Gráfico #3. - PROCEDENCIA DE TURISTAS



FUENTE: Encuesta a hoteleros 10-02-2000.

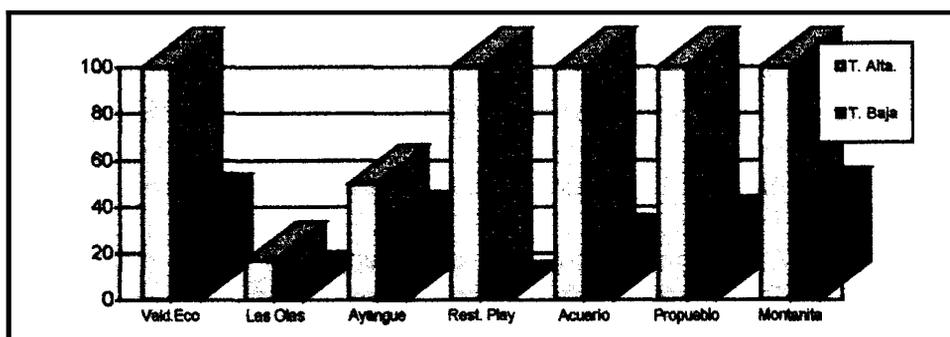
La edad de los turistas *en* la hostería "Las Olas" varía entre 0 a 30 años ya que por lo general son familias, las que llegan al lugar. En "Cumbres de Ayangue" les llegan entre 31 a 49 años nacionales y europeos de 50 años en adelante. En el restaurante "Playita Linda" les llegan familias que van desde los 0 a 49 años. En el eco-museo y el acuario llegan turistas entre 3 hasta 49 años. En Mangiaralto el alojamiento es para turistas de 19 hasta 49 años (ver gráfico #4). Vale anotar que son datos aproximados y relativos a los fines de semana recientes, dados por los entrevistados.

Gráfico # 4. - EDAD APROXIMADA DE TURISTAS



La cantidad de habitaciones ocupadas en los hoteles y el uso del restaurante “Playita Linda” por los turistas, varía debido a factores como el fenómeno del **niño** que dañó las carreteras (1998) bloqueando el acceso a los sitios investigados; sin embargo se anotaron datos promedios aproximados (ver gráfico # 5) considerando las temporadas altas y bajas.

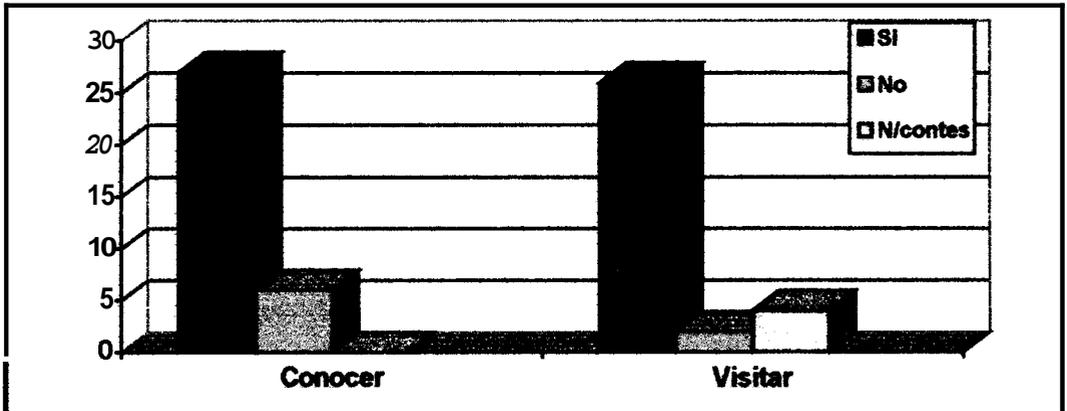
Gráfico # 5. -INDICE DE OCUPACION DE TURISTAS



FUENTE: Encuesta a hoteleros 10-02-2000.

Encuestas hechas a los turistas.- Se tomó una muestra de **34** personas durante carnaval, en el Terminal Terrestre de la ciudad, la **edad** de los encuestados oscilaba entre **35** y **15 años** de edad. **De** cuya entrevista se han seleccionado las preguntas “¿Conocen la Cultura Valdivia?” y “¿Estaría dispuesto a pasar un fin de semana en Valdivia?”. **En** las que obtuvimos que la mayoría de encuestados dijo conocer sobre la “Cultura Valdivia”, **unos** 26 entrevistados querían conocer y visitar Valdivia, 2 personas con respuesta negativa y 4 sin contestar (ver gráfico # 6).

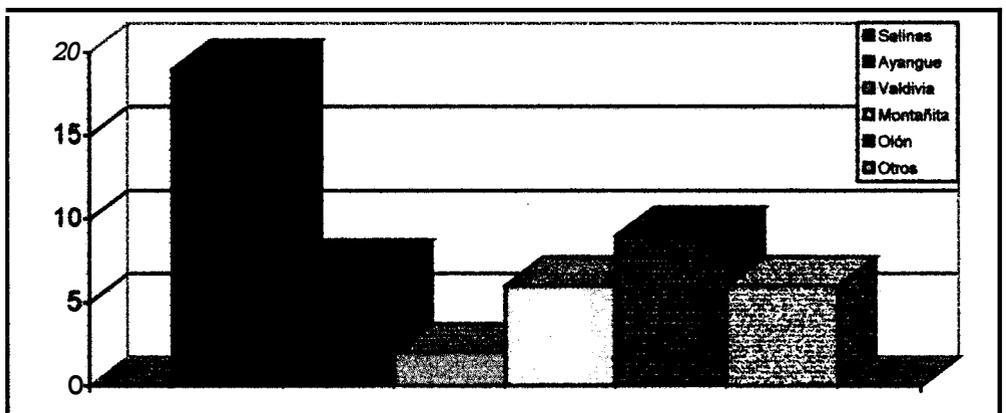
Gráfico # 6. - ¿ CONOCEN LA CULTURA VALDIVIA?; ¿LE GUSTARÍA VISITARLA TURISTICAMENTE?



FUENTE: Encuesta a turistas 20-04-2000.

Otra de las preguntas hechas a los turistas hace referencia a los lugares que ellos acostumbraban a visitar en sus vacaciones (ver gráfico # 7), dando como resultado que Salinas y Olón fueron los sitios mas nombrados, sin embargo Valdivia que esta entre estas dos playas fue nombrada por menos de cinco personas, lo que significa que no es vista desde un punto turístico, cabe anotar que algunas de las personas encuestadas si tenían idea de los atractivos actuales del lugar como son: El Acuario, museo y la playa.

Gráfico # 7. - LUGARES VISITADOS EN VACACIONES



FUENTE: Encuesta a turistas 20-04-2000.

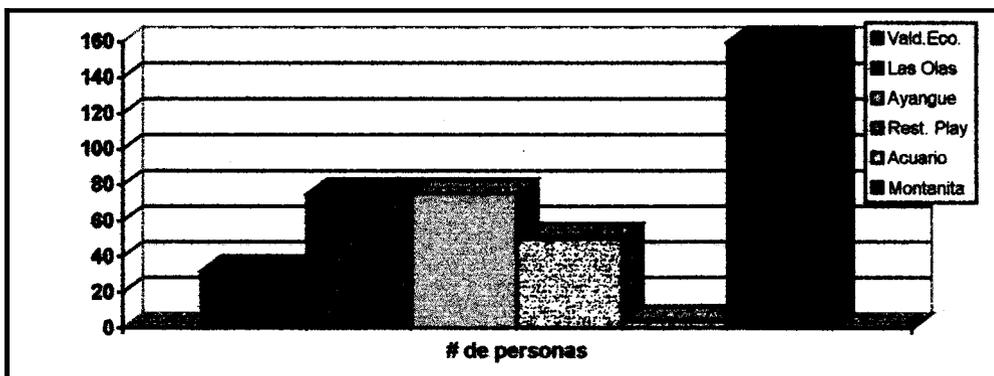
3.3. Potencialidad de la Oferta

Sabemos que solo puede nacer una demanda si existe **una** oferta, no cabe duda que estas dos importantes técnicas del turismo no **se pueden separar**.

La oferta actual con que cuenta Valdivia es: El **Acuario**, el Museo y la Playa que es muy poco **utilizada** por los turistas. La oferta futura consiste en una propuesta de desarrollo del Centro Turístico en la que destacan las cabañas como alojamiento y alimentación, el centro de interpretación y una remodelación del museo explicado más detalladamente **en** el capítulo anterior.

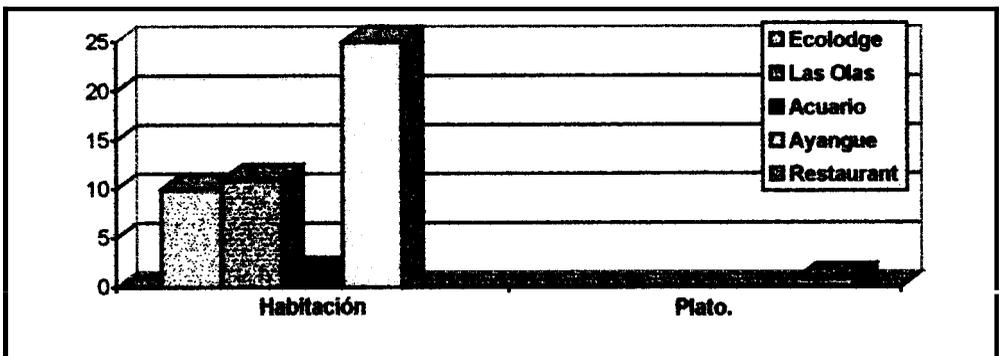
A través **de** las encuestas realizadas exponemos la oferta hotelera de los sitios cercanos a Valdivia en la actualidad (*gráfico # 8*), donde la Hostería “Las Olas” **posee** 19 cabañas con una capacidad promedio para **4** personas **ya** que algunas de ellas alojan entre **2** a 6 personas; el Hotel “Cumbres de Ayangue” tiene **16 cabañas** con una capacidad de alojamiento de **hasta 75** personas; el restaurante “Playita Linda” puede atender hasta 50 personas simultáneamente; Valdivia Eco-lodge, **pose** 8 cabañas para **4** personas cada una; el Hotel “Baja Montañita” cuenta con **12** cabañas y un edificio de dos plantas, lo que les permite **alojar** hasta **160** personas.

Gráfico # 8. – CAPACIDAD DE LOS SERVICIOS TURISTICOS



También presentamos el costo de las habitaciones como referencia general de costos (gráfico # 9). El Costo en el Acuario - Museo es de un dólar y medio lo que indica que **es** el más económico, luego tenemos el Valdivia **Eco** -lodge que cobra \$10 por noche. La hostería “Las Olas” tiene un promedio ya que por pareja **su**den cobrar **\$7.6** y para las **familias** hasta **\$14**. En el hotel “Cumbres de Ayangue”, encontramos las habitaciones más caras con un promedio de **\$25**. En el restaurante “Playita Linda” el costo del plato dependiendo de que sea **fluctua** entre \$0.60 a \$1.

Gráfico # 9. – COSTO DE LOS SERVICIOS TURISTICOS



FUENTE: Encuesta a hoteleros 10-02-2000.

Como técnica de oferta del Centro Turístico. Proponemos dos tipos de herramientas: La primera es una sugerencia de paquetes, en los cuales se incluyen alojamiento, dos comidas, entradas a sitios recreativos (museos, discotecas y **acuario**) y transporte. La segunda consiste en un diseño de promoción turística como es el folleto, que **posee** una vista amplia de Valdivia, una pequeña reseña histórica y un mapa guía para su localización.

PAQUETES:

La primera opción.- Comprende cinco días y cuatro noches, desde el miércoles hasta el domingo. El costo es de: \$89 por persona para un **grupo** de **30** pasajeros.

- Primer día:

Salida desde Guayaquil

Tramo Chanduy (Complejo Real Alto) **musea** de sitio El Mogote. **Salida** hacía Sta. Elena.

Visita a Taos, donde encontrarán lagos navegables, piscinas y deportes acuáticos.

Paso por las minas de sal **en** Pacoa.

Visita a Valdivia, cena en el hotel.

- Segundodía:

Desayuno en la cabaña del hotel.

Excursión **en** la mañana por la Comuna Valdivia, recorriendo el acuario y los diferentes museos “**Eco-valdivia**” y “**Las Calaveras**”.

Salida a Manglaralto (Fundación Pro – pueblo), disfrutará de bellos acabados en el local **artesanal** Chongóa – Colonche.

Cena en Valdivia.

- Tercer día:

Desayuno

Salida a Loma Alta, localizada a 8 km. al noroeste de la **Com.** Valdivia, donde encontrará el “**Bosque de Garúa**”, refugio de aves endémicas.

Cena en la cabaña del hotel.

- Cuariodía:

Desayuno

Mañana y tarde libre para disfrutar de **las** playas valdivianas.

Cena en la cabaña.

Baile en la discoteca “El Tiburón”, en Montañita.

- Quinto día:

Desayuno

Regreso a la ciudad de Guayaquil.

En esta opción el recorrido incluye box lunch, el cual comprende un emparedado, una bebida (agua, jugo o cola) y una fruta.

La **segunda opción**.- Comprende tres días y dos noches, desde el viernes hasta el domingo. Su **costo** es de: \$5 1 por persona en un grupo de 30 personas.

- Primer día:

Salida de Guayaquil

Visita a Taos, donde podrá disfrutar de deportes acuáticos.

Llegada a Valdivia, para visitar el Eco-museo, las Calaveras donde **se** exhiben ancestrales piezas, además el acuario con una **gran** variedad de peces tropicales.

Cena en la cabaña del hotel

Baile en la discoteca “El Tiburón”, **en** Montañita.

- Segundo día:

Desayuno en la cabaña del hotel

Salida hacia Olón (visita al Santuario de la Virgen Estrella de Mar)

Tarde libre en las playas de Olón.

Cocktel de despedida **en** la cabaña del hotel.

- Tercer día:

Desayuno **en** la cabaña

Visita al museo Los **Amantes** de Sumpa en Sta. Elena.

Salida a Guayaquil.

Costo de paquete: Que precio se da por alojamiento, bus y alimentación para saber que **se** va a cobrar. Costo por persona y por grupo.

FOLLETO.- **Es** un tríptico en la que el turista podrá observar primeramente los restos arqueológicos del lugar. La página **central** presenta una vista panorámica del sitio, la escultura de la Venus de Valdivia, y gráficos de nuestras propuestas de alojamiento y alimentación. La página posterior tiene una breve reseña histórica; teléfonos de emergencia y un mapa de atractivos en el que el turista podrá ver los sitios antes de llegar **a** Valdivia **y su** kilometraje (ver anexo # **42**).

CAPITULO IV

AMENAZAS

En este capítulo se estudian un conjunto de variables que van desde el aspecto legal hasta el aspecto ecológico. Con el fin de establecer los medios que faciliten un proceso de desarrollo adecuado del turismo en el sector. **Al** final se presenta un monitoreo técnico que se expondrá **en** el punto **4.4** junto con el F.O.D.A. (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) para su perfeccionamiento turístico.

4.1. Problemática del aspecto legal v sus posibles soluciones

Consiste en una investigación adecuada sobre todo el cuerpo de leyes, reglamentos, disposiciones **y** demás normas emitidas por las autoridades competentes.

“Las comunas son reconocidas jurídicamente y protegidas por el Estado desde el 6 de agosto de **1937**, en que se dictó la ley de Organización y Régimen de Comunas, el 7 de diciembre del mismo año se expiden los Estatutos de las Comunidades Campesinas” (Choca Angel, **1989**). Esta ley establece que todo poblado que no

tenga categoría de Parroquia, llevará el nombre de **COMUNA**, además del nombre propio con el que se fundó o con el que se lo conoce. En 1959, se elabora un nuevo reglamento que establece entre **sus regulaciones** lo que es la comuna, determina el carácter de posesión colectiva, **regula** la forma democrática y administración y prohíbe la enajenación de **sus bienes**; también **se** establece su dependencia administrativa frente al Ministerio de agricultura y ganadería, todas las comunas tienen **personería** jurídica.

La comuna esta compuesta por todos los pobladores de los cuales se elige cada año a cinco miembros que la representaran **el** Presidente, Vicepresidente, Tesorero, Síndico y Secretario. Las asambleas generales son mensuales, en ellas los comuneros entregan el poder de decisión a los delegados de la directiva. **Los** aspectos más importantes del reglamento señalan entre otras **cosas**:

- Procurar el mejoramiento económico, social, moral y cívico a la comuna en general y de los comuneros **en** particular.
- Obtener existencia técnica y administrativa de todas las entidades encargadas de los programas de desarrollo de la comunidad, **así** como el decidido aporte colectivo para el éxito de este propósito.

En el anexo # 43 se podrán leer los demás reglamentos.

Cabe mencionar que Valdivia fue dividida en tres zonas importantes por el INPC (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural) el 16 de Julio de 1997, siendo declarada

como **Zona** de ~~Primer~~ Orden perteneciente al Patrimonio Cultural del Estado a la zona arqueológica ubicada en el sitio donde se encontraron por primera vez evidencias sobre la cultura por V.E. Estrada en una superficie total de **13000 m²**. **Zona de** Influencia, un radio de **64** ha. **Zona** de control y respeto, una extensión de **1572** ha, es decir el resto de la comuna. Estos dos Últimos por sus características **se** presentan como el territorio apropiado para la instalación del alojamiento y del ~~centro~~ de interpretación y con lo cual la comuna este de acuerdo. Fijándose un alquiler o pago anual producto de un porcentaje (**1% ó 10%**) de los ingresos obtenidos durante ese año, estableciendo una especie de alquiler o comodato del lugar hasta recuperar la inversión. Al final dicho terreno y la propiedad pasaran a **ser** posesión total de la comuna y la administración a manos de los comuneros capacitados **en** el área.

Existe así mismo la necesidad de considerar los requisitos para el Registro del Alojamiento y Restaurante emitido por la Subsecretaría de Turismo. Dicho registro debe ser llenado, **mediante** una solicitud que es dada gratuitamente por la Subsecretaría de Turismo (ver anexo # **44**).

Desarrollar a Valdivia como un Centro Turístico implica proporcionar ciertas facilidades turísticas **ya** nombradas; ante lo cual la LEY ESPECIAL DE DESARROLLO TURÍSTICO otorga BENEFICIOS generales (art. **25**) y especiales (art. 26) para este tipo de inversiones. En el **art. 23** de dicha ley se mencionan los

requisitos para acceder a los beneficios especiales, como ~~se~~ podrá leer en el anexo # 45.

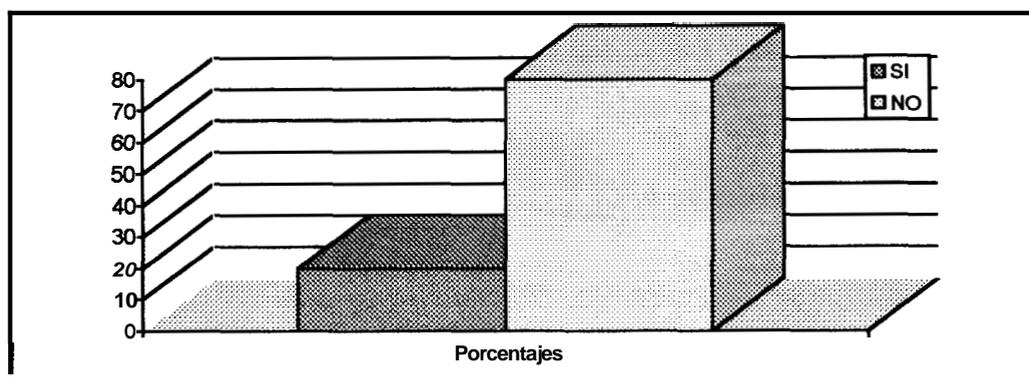
Esta establecido por la ley que toda persona natural o jurídica que desee dedicarse a la industria del turismo, deberá registrarse y obtener la Licencia Unica Anual de Funcionamiento **en** la Subsecretaría de Turismo **y** su afiliación respectiva en las Cámaras Provinciales de Turismo, con anterioridad al inicio de sus actividades, requisitos sin los cuales no podrá **operar**. La Licencia debe ser exhibida en un lugar visible del local.

4.2. Problemática del Aspecto Social y Cultural

En materia de inversiones, esta problemática trata sobre el grado de aceptación o rechazo de parte de los residentes en este caso valdivianos respecto **al** desarrollo turístico del sector. Los rechazos pueden ser previstos y manejados para contrarrestarla de modo que garantice la viabilidad de la inversión. De acuerdo a nuestra encuesta realizada el 10/feb/2000, la mayor parte de los encuestados estuvieron a favor de la visita de personas **extrañas** por diversas razones siendo la más mencionada el hecho de aprender buenas costumbres y la mejora del ingreso económico, solo dos entrevistados respondieron que si les molesta porque podrían ser ladrones (ver gráfico # 10).

Gráfico #10. – ¿LE MOLESTA LA PRESENCIA DE PERSONAS EXTRAÑAS?

FUENTE: Encuesta a población 10-02-2000.

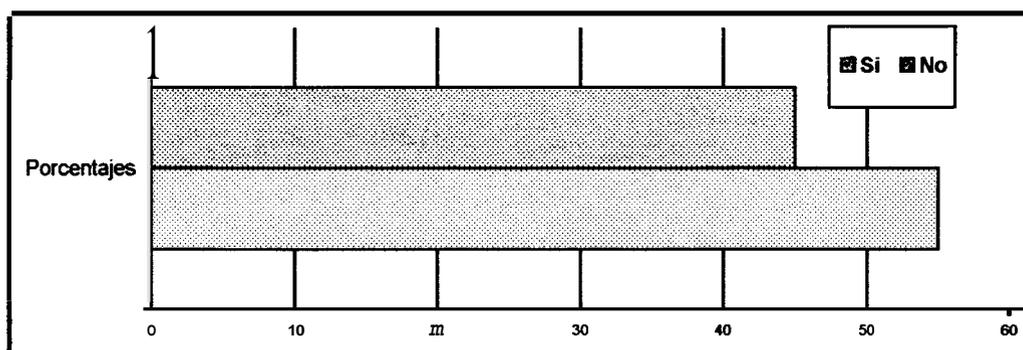


Por otro lado, desde el punto de vista antropológico Cultura es el “Conjunto de valores y forma de vida materiales y espirituales de un grupo étnico” (Diccionario ASURI). “Cuando los grupos receptores son económica, técnica y globalmente más débiles, tienden a verse dominados por quienes acuden a su lugar de residencia” (Hemández Edgar, 1996). Ante lo cual el turismo afectaría la forma de vida del poblado en cuestión; ya que el contacto entre el turista y los habitantes del lugar es eminente produciéndose “entrelazamientos culturales”. Aunque científicamente en el caso de Valdivia “no puede demostrarse la continuidad ininterrumpida desde las primeras culturas agro-alfareras hasta las de nuestros días, éstas guardan en sus hábitos, costumbres y modo de vida una rica herencia del pasado, amenazada con desaparecer” (Rex, 1980).

En efecto, el proceso migratorio a las ciudades, el cambio masivo que imponen las fábricas o los medios mecanizados de explotación de los recursos naturales, el acceso a medios de comunicación como la T.V. y la radio, un mal manejo del

turismo haría que el proceso de cambio cultural se acelere día a día. En nuestras encuestas preguntamos “¿Sería dispuesto a dejar su trabajo para trabajar en actividades turísticas?” de **40** personas entrevistadas 22 dijeron que si estaban de acuerdo y 18 que no. Hay diversos factores que motivaron las respuestas positivas como: Ver el turismo como fuente de trabajo, para aprender algo nuevo, les resulta interesante, quieren conocer gente, guiar a los habitantes y visitantes. Las respuestas negativas se basaron en aspectos como: quehaceres domésticos, desconocimiento el entorno turístico y falta de tiempo (ver gráfico # 11). En el resultado total la mayoría estaría dispuesta a dejar su trabajo para trabajar en actividades turísticas. Nuestra tesis propone el fortalecimiento del interés hacia la Cultura Valdivia pre - hispánica para ambos grupos (visitantes y pobladores) afianzando sus creencias mediante el conocimiento, el estudio, la valorización de nuestras raíces.

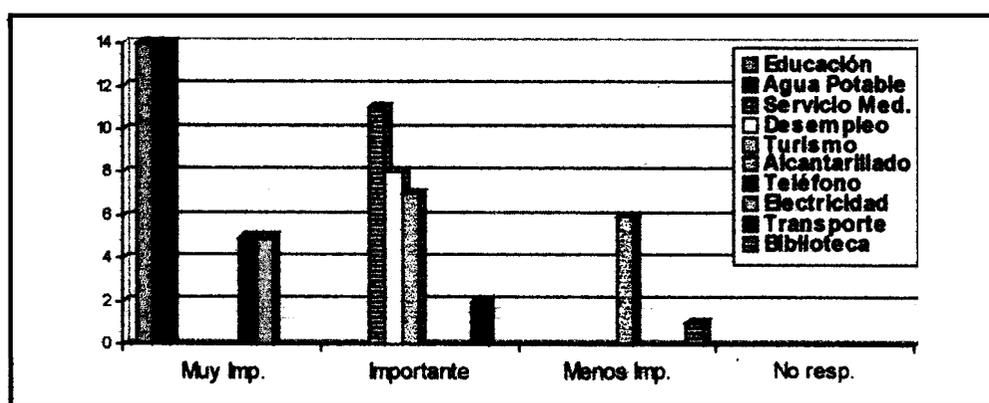
Gráfico # 11. - ¿ESTARIA DISPUESTO A DEJAR SU TRABAJO PARA TRABAJAR EN ACTIVIDADES TURISTICAS?



FUENTE: Encuesta a población 10-02-2000.

Ante la propuesta de fortalecimiento del interés hacia la Cultura Valdivia todo esto traerá **como** resultado la mejora de los servicios básicos y económicos del lugar, ya que también se preguntó cuáles aspectos requieren mayor atención en Valdivia ante lo cual, la población respondió que todos los aspectos planteados en la encuesta eran muy importantes. Considerando la Educación y el Agua Potable **como** básicos para el lugar, mientras que los Servicios Médicos, desempleo, turismo **como** aspectos secundarios para el desarrollo del lugar. Y aspectos como el alcantarillado, teléfono, electricidad, transporte y biblioteca se los considera como no tan **necesarios** (ver gráfico #12).

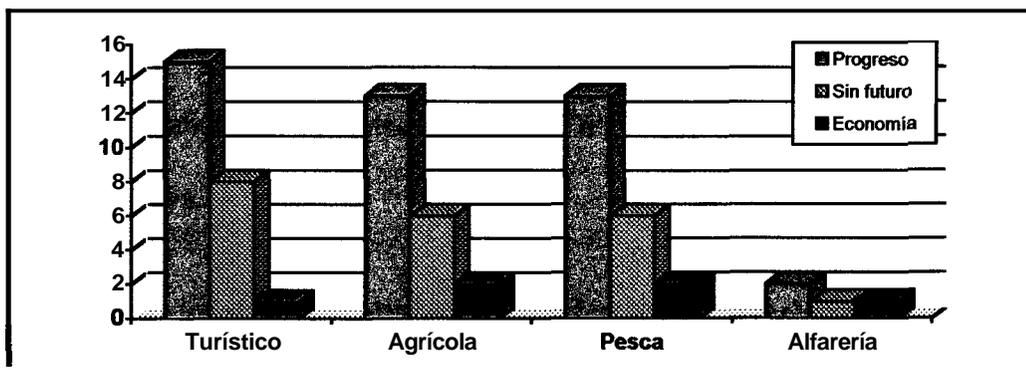
Gráfico #12. -ASPECTOS QUE REQUIEREN MAYOR ATENCIÓN EN VALDIVIA.



FUENTE: Encuesta a población 10-02-2000.

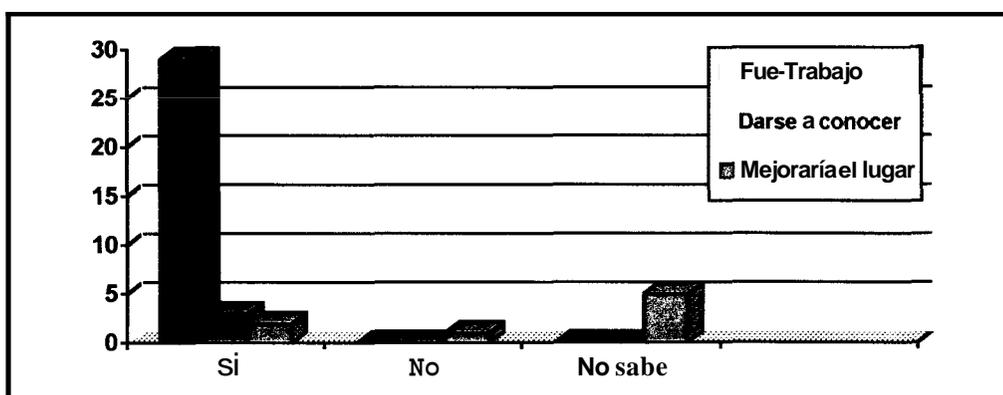
A través de las **encuestas** hechas a los pobladores pudimos conocer como la población **esta** consciente del progreso que traería **si** en el futuro Valdivia apunta a aspectos como el turístico, agrícola, pesquero y artesanal. No obstante **se** mencionan **pesimistas** en el aspecto económico y como que no le ven futuro al lugar.

Gráfico #13. -¿CÓMO VE EL FUTURO DE VALDIVIA?



FUENTE: Encuesta a población 10-02-2000.

Con respecto a una pregunta más frontal como: “Piensa que el turismo beneficiaría a Valdivia”, la mayoría respondió que el turismo sería una magnífica fuente de trabajo, mediante el cual los visitantes conocerían del lugar llamado Valdivia y lo comunicarían a otros turistas (ver gráfico #14). Algunas personas opinaron que cambiaría o mejoraría su entorno urbanístico por las múltiples necesidades del turista. Una persona dijo que el turismo no sería beneficioso porque el pueblo no cuenta con atractivos para desenvolverse turísticamente, quizás preparándola turísticamente para recibir visitantes se pueda beneficiar del turismo.

Gráfico # 14. - ¿PIENSA **QUE** EL TURISMO BENEFICIARÍA A VALDIVIA?

FUENTE: Encuesta a pobladores 10-02-2000.

4.3. Problemática del Aspecto Ecológico

Para determinar y aminorar en lo posible el impacto ambiental producido por la remodelación del museo, el centro de interpretación y la construcción de las cabañas, se elaboramos las matrices de LEOPOLD y también la capacidad de carga de la playa.

La basura se dividirá en cuatro clases: biodegradable, papel, no biodegradable (metal, plásticos, vidrio, etc.) y baterías, colocándolos **en** sus respectivos tachos de basura.

El agua será filtrada por filtros de carbón y purificada con rayos **W** y ozono.

Se recomendará el uso de jabones biodegradables.

Se fomentará la reproducción de especies madereras como: **cedro**, roble, guachapelí, mangle, ebano, samán, etc. y frutales como: cerezos, guabas, caimitos, cocos, higueras, matecitos, etc.

La capacitación constante de la comunidad relacionada con el medio ambiente, podrá estar a cargo de ONG's como PMRC, ESPOL, Pro-pueblo, y Fundación Natura.

Para que el manejo ecológico tenga éxito y se beneficie de la participación de la comunidad es necesario que dicha comunidad sea informada de sus derechos y

deberes, así como tener una autoridad que ejerza honestamente los controles necesarios para que las actividades humanas **se** desarrollen sostenidamente.

Matrices de LEOPOLD.- Al analizar características del entorno se pueden detectar aspectos naturales que desde un inicio podrían significar un riesgo al desenvolvimiento de las operaciones proyectadas. Toda actividad humana provoca efectos positivos tales como empleo, estímulos para el desarrollo del comercio, integración a la zona de un aspecto agradable estéticamente hablando; y/o negativos, como cambios en el valor de la tierra, contaminación de fuentes de agua, modificación del tránsito, etc.

Así en la **remodelación del museo** tenemos que la acción de mayor impacto positivo es la remodelación del lugar porque hay mejoras del aspecto estético y funcional del lugar. El factor "Recreación", es positivo ya que *será* la visita obligada para todos. Ante lo cual generará una "Organización del lugar" y solidario comportamiento de la comunidad. Mientras que la acción de visita de turistas y el factor de "Recursos históricos y culturales" es el de mayor impacto negativo ante las acciones propuestas, al producirse un incentivo hacia la sobre explotación del museo. Tabla # VIII.

TABLA # VIII. - REMODELACION DEL MUSEO

| | Remodelación del lugar | Modificación del tránsito | Visita de Turistas | Manejo de desperdicios |
|---|------------------------|---------------------------|--------------------|------------------------|
| Empleo | | 3 | 3 | 3 |
| | | 6 | 7 | 4 |
| Facilidad Comercial | 2 | 3 | 3 | |
| | | 2 | 5 | |
| Ruido | -1 | -2 | | |
| | | 2 | | |
| Recreación | 5 | -1 | 4 | 3 |
| | | 10 | 5 | 10 |
| Facilidades Culturales (*) | 3 | -1 | -2 | -1 |
| | | 5 | 5 | 5 |
| Organización de la Comunidad | 3 | 2 | 2 | 2 |
| | | 5 | 4 | 5 |
| Calidad Visual | 5 | -3 | -1 | 3 |
| | | 5 | 5 | 7 |
| Recursos Históricos y Culturales | -1 | -1 | -2 | 3 |
| | | 7 | 5 | 10 |

| Promedio positivo | Promedio negativo | Promedio aritmético |
|-------------------|-------------------|---------------------|
| 3 | | 51 |
| 3 | | 25 |
| | 2 | -6 |
| 3 | 1 | 100 |
| 1 | 3 | -3 |
| 4 | | 41 |
| 2 | 2 | 33 |
| 1 | 3 | -11 |

| | | | | |
|----------------------------|-----|----|----|----|
| Promedio positivo | 5 | 3 | 4 | 5 |
| Promedio negativo | 7 | 5 | 3 | 1 |
| Promedio aritmético | 100 | -2 | 49 | 83 |

Acciones: $100 + (-2) + 49 + 83 = 230$

Factores Ambientales: $51 + 25 + (-6) + 100 + (-3) + 41 + 33 + (-11) = 230$

*Indica la aceptación de la población frente al desarrollo turístico.

En la **creación del centro de interpretación** tenemos que la acción más positiva es la construcción del lugar acompañada del factor “Recreación”, siendo diametrales la modificación del tránsito junto con el factor de “Recursos históricos y culturales” que producen el mayor impacto negativo de llevarse a cabo la construcción de un centro de interpretación en las cercanías del pueblo que además permitiría una sana y educativa distracción de propios y extraños, lamentablemente el aumento de movimiento de vehículos afectaría en cierto modo al poblado y a sus recursos históricos como se aprecia en la tabla # IX.

TABLA # IX. - CREACION DEL CENTRO DE INTERPRETACIÓN

| | Modificación del hábitat | Alteración de la Cobertura Vegetal | Construcción del Centro | Modificación del tránsito | Visita de turistas |
|--|--------------------------|------------------------------------|-------------------------|---------------------------|--------------------|
| Empleo | | | | 3 6 | 3 7 |
| Facilidades Comerciales | | | 2 2 | 3 3 | 3 5 |
| Ruido | | -1 3 | -1 2 | -2 3 | |
| Recreación | 2 4 | | 5 10 | -2 5 | 3 10 |
| Facilidades Culturales | 6 6 | | 3 5 | -1 5 | -2 5 |
| Sentido de la Comunidad | 2 6 | | 3 5 | 2 4 | 2 5 |
| Calidad Visual | 4 2 | 2 2 | 5 5 | -3 5 | -1 7 |
| Recursos históricos y culturales | -2 2 | -1 5 | -2 7 | -1 5 | -2 10 |
| Seguridad en la Construcción | -2 8 | | 3 8 | | |
| Disposición de residuos sólidos y líquidos | -3 5 | | 4 2 | | -2 3 |

| | Pr | Promedio | éti |
|---|----|----------|-----|
| 5 | | | 28 |
| | 3 | | -11 |
| 3 | 1 | | 78 |
| 2 | 2 | | 36 |
| 4 | | | 45 |
| 3 | 2 | | 45 |
| | 5 | | -60 |
| 1 | 1 | | 8 |
| 1 | 2 | | -9 |

| | | | | | |
|----------------------------|----|---|-----|----|----|
| Promedio positivo | 4 | 1 | 7 | 3 | 4 |
| Promedio negativo | 3 | 2 | 2 | 5 | 3 |
| Promedio aritmético | 41 | 2 | 129 | -6 | 33 |

Acciones: $41+2+ 129+ (-6) +33 =199$

Factores Ambientales: $39+28+ (-11) +78+36+45+45+ (-60) +8+ (-9) = 199$

Para la construcción de cabañas tenemos que la acción de mayor impacto positivo es el buen “Manejo de desperdicios”, ya que se realizarán tratamientos de aguas servidas y separación de desechos biodegradables de los que no lo son. La “Calidad Visual”, mejorará notablemente ya que atraerá la mirada de los turistas y visitantes. Mientras que la acción “Modificación de tránsito” presenta impacto negativo por su incremento, ya sean proveedores, como visitantes. El factor “Ruido”, también afectará negativamente tal vez de modo constante. Tabla # X.

TABLA # X.- CONSTRUCCION DE LAS CABAÑAS

| | Modificación del hábitat | Instalación de bases | Manejo de desperdicios | Construcción global | Modificación del transito | Visita de turistas |
|----------------------------|--------------------------|----------------------|------------------------|---------------------|---------------------------|--------------------|
| Zona Costera | 2 7 | 2 7 | 5 4 | 2 5 | -2 3 | 2 5 |
| Agua: Drenaje y Suministro | 2 4 | 2 4 | 5 9 | 3 2 | | -2 9 |
| Empleo | 2 2 | 5 5 | 3 4 | 4 5 | 2 4 | 3 6 |
| Ruido | 5 2 | -2 1 | | -2 3 | -5 2 | -5 5 |
| Comunidad y Organ. | 4 5 | 1 5 | 5 3 | 2 4 | 2 4 | 2 5 |
| Calidad Visual | 4 7 | 2 3 | 5 10 | 7 7 | -2 2 | 2 7 |

| Promedio positivo | Promedio negativo | Promedio aritmético |
|-------------------|-------------------|---------------------|
| 5 | 1 | 62 |
| 4 | 1 | 49 |
| 6 | 0 | 87 |
| 1 | 4 | -33 |
| 6 | 0 | 96 |
| 5 | 1 | 143 |

| | | | | | | |
|----------------------------|----|----|-----|----|----|---|
| Promedio positivo | 6 | 5 | 6 | 5 | 2 | 4 |
| Promedio negativo | 0 | 1 | 0 | 1 | 3 | 2 |
| Promedio aritmético | 84 | 56 | 172 | 87 | -4 | 9 |

Acciones: $84 + 56 + 172 + 87 + (-4) + 9 = 404$

Factores Ambientales: $62 + 49 + 87 + (-33) + 96 + 143 = 404$

CAPACIDAD DE CARGA.- “La capacidad de carga es tan solo una herramienta de planificación que sustenta y requiere decisiones de manejo, las cuales estarán sujetas a consideraciones de orden social, económico y político” (Cifuentes, 1992).

Considerando las fórmulas de Miguel Cifuentes, tenemos:

CAPACIDAD DE CARGA FÍSICA:

$$CCF = V/a \times S \times t$$

Cada visitante requiere de 5 m² que le brindará una confortable y cómoda área en la playa.

La superficie total de la playa es de 450.000m².

La visita a la playa requiere 4 horas por lo tanto en 12 horas diarias el visitante podrá visitarla por 3 ocasiones.

Ante lo expuesto y con el reemplazo de las variables nuestra operación presenta los siguientes resultados:

$$CCF = 1 \text{ visitante} / 5 \text{ m}^2 \times 450.000 \text{ m}^2 \times 3 \text{ visitas diarias.}$$

$$CCF = 270.000 \text{ visitantes diarios.}$$

CAPACIDAD DE CARGA REAL

$$CCR = CCF \times \frac{100 - FC_s}{100} \times \frac{100 - FC_p}{100}$$

FC representa al porcentaje de los Factores de Corrección como BRILLO SOLAR y PRECIPITACION. Siendo su fórmula:

$$FC = MI / Mt \times 100$$

MI es magnitud limitante.

Mt es magnitud de tiempo.

- **BRILLO SOLAR:**

En el área se dispone de 12 horas de luz solar (06:00 – 18:00). Desde las 10:00 horas hasta las 15:00 la intensidad del sol es fuerte. Desde Diciembre hasta Mayo

hace calor y se presentan lluvias, dependiendo del Fenómeno del Niño por lo tanto hay **6** meses con sol fuerte (**180** días al año).

Ml = 180 días al año **x 5** horas de sol extremadamente fuerte.

Ml = 900 horas de sol limitante al año.

Mt = **180** días al año **x 12** horas de luz solar.

Mt = **2.160** horas de luz solar al año.

FC = $900 / 2.160 \times 100$

FC = **42 %** Limitante anual.

- **PRECIPITACION:**

Desde Junio hasta Noviembre se presentan días nublados y por lo general con **8** horas de lloviznas para nuestros cálculos.

Ml = 180 días al año **x 8** horas de lloviznas.

Ml = 1.440 horas de llovizna al año.

Mt = **180** días al año **x 12** horas nubladas.

Mt = **2.160** horas nubladas al **año**.

FC = $1.440 / 2.160 \times 100$

FC = **67 %** Limitante anual.

CCR = $270.000 \text{ visitas diarias} \times \frac{100 - 42}{100} \times \frac{100 - 67}{100}$

CCR = 51.678 visitas al día.

CAPACIDAD DE CARGA EFECTIVA:

$$CCE = CCR \times CM / 100$$

CM es la Capacidad de Manejo mínima.

De acuerdo a nuestra propuesta se presentan las cabañas de alojamiento, puestos de salvavidas, basureros y a disposición los baños del acuario, del museo y de las cabañas; todos estos servicios nos dan un 2% de capacidad mínima de acuerdo con Cifuentes.

$$CCE = 51.678 \times 2 / 100$$

$$CCE = 1.034 \text{ visitas al día.}$$

Lo cual indica que pueden visitar la playa un total de 21 buses con capacidad para 50 pasajeros.

4.3. Monitoreo Técnico

La zonificación define los usos permitidos y provee los lineamientos para un manejo coordinado de los recursos naturales y de las actividades humanas. No es rígida y esta sujeta a cambios de acuerdo a criterios técnicos tendientes a su mejor manejo. Por lo que hemos dividido a la comuna en las siguientes zonas para un mejor manejo específico de éstas y su monitoreo, ver anexo # 46.

Zona Turística.- Que comprende el área del acuario, eco-museo, museo, centro de interpretación y el lugar de en donde se construirán las cabañas, es decir la infraestructura e instalaciones necesarias para el desarrollo turístico. Así también el área de playa.

Zona Urbanizada.- Que comprende la población y la industria.

Zona de Protección o área verde. - Que consistirá en un área para el desarrollo de áreas verdes, agricultura y de reserva.

Los guías son un factor clave para lograr un comportamiento apropiado y ambientalmente sensitivo para los turistas. Este personal puede ayudar a mantener registros que faciliten la evaluación de cambios en la composición y movimiento de la vida silvestre; de acuerdo a esto se pueden hacer ajustes acerca de sitios donde llevar a los turistas.

Se realizarán consultas dos veces al año, **en** fechas consideradas claves como el inicio de temporada y el final de ésta con el objetivo de conocer que clase de impacto se ha producido y como reducirlo ya **sea en** el uso de atractivos como en el aspecto social – cultural. Considerando estadísticas de visitantes, frecuencia de sitios visitados, cuales son las horas de auge turístico, porcentaje de ocupación de las cabañas, estado de infraestructura existente, frecuencia de mantenimiento de los sitios visitados, cambios de comportamientos sociales, incumplimiento de convenios, observación del sitio o evidencia anecdótica, aumento de infraestructura y satisfacción del visitante. En la playa se tomará en cuenta la acumulación de desechos y la aglomeración de visitantes de acuerdo a la capacidad de carga.

Dichos puntos deberán ser analizados, discutidos y resueltos por técnicos del área social, turística y representantes de la comunidad, a los pocos días de haberse realizado las consultas.

FODA.- Es **una** herramienta de planificación estratégica que consiste en determinar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y **Amenazas**. Las Fortalezas y Debilidades son circunstancias internas, mientras que las Oportunidades y Amenazas son externas. En nuestro análisis de F.O.D.A. de la Comuna Valdivia **tratamos** de ser objetivas y concretas, ver tabla # XI. Luego estudiamos **sus** debilidades y amenazas para encontrarles soluciones apropiadas y factibles.

TABLA # XI. – F.O.D.A. DE LA COMUNA VALDIVIA.

| FORTALEZAS | OPORTUNIDADES | DEBILIDADES | AMENAZAS |
|---|---|--|--|
| 1. Una ubicación geográfica estratégica que permitirá un fácil acceso a la educación con diversión (playa, acuario y visita al museo). | 1. Mejora en el conocimiento y educación sobre la Cultura Valdivia y de las costumbres de los pueblos cercanos a esta | 1. Fábricas eliminan sus desperdicios de forma directa. | 1. Potenciales competidores cercanos como Salinas y Montañita . |
| 2. Motivación de los habitantes por mejorar el lugar con la creación del Centro Turístico | 2. Oportunidad de captar varios tipos de turismo. | 2. Poco conocimiento de los pobladores de los atractivos a ofrecer. | 2. Sobrepasar la capacidad de carga del lugar. |
| 3. Orientación y control por parte del Consejo Directivo de la Comuna, ya que se involucrarán con las actividades turísticas del lugar | 3. Incremento del turismo en el país y sector. | 3. No existe un adecuado MONITOREO técnico del sector. | 3. Inexistencia de recursos por parte del I.Municipio en mejorar los servicios básicos del lugar. |
| | 4. Normas turísticas claras para los inversionistas. | | |
| 4. Se encuentra en el sitio epónimo de la Cultura Valdivia, porque Estrada encontró restos de las primeras vasijas precolombinas en este lugar | 5. Capacitación en turismo de la gente del sector. | 4. Bajo nivel de autoestima de la mayoría de los habitantes para desarrollar actividades turísticas. | 4. Ante el aumento del turismo el pueblo pierda su identidad, cambio de valores v estilo de vida. |
| | 6. La saturación de otras playas. | | |
| 6. Estos programas mejoran la calidad de vida de los pobladores y de las personas que se encuentran en el área de influencia | 7. Colaboración del 1. Municipio y ayuda potencial de ONG's. | 5. Falta de servicios e infraestructura básica en toda el área de influencia. | 5. Disminución de la demanda turística, ya sea por fenómenos naturales o económicos. |
| 7. Posee un clima apropiado y una amplia playa | 8. Primer Centro Turístico Secundario a nivel región Costa y Rural | 6. Falta de interés y colaboración de la población | |
| 8. Existe una conservación de tradiciones y costumbres en beneficio del poblador que oferta y del turista demandante | 9. Mejora en los servicios básicos que coadyuven al mejoramiento de la calidad de vida | 7. Poco conocimiento en microempresa por parte de los pobladores. | |

SOLUCIONES A LAS DEBILIDADES DEL F.O.D.A.

1. Realizar un estudio con profesionales referente al manejo **correcto** de este tipo de desperdicios por parte de la Comuna, I. Municipio y Ministerio de bienestar social, Salud Pública y por supuesto el Ministerio de Medio Ambiente.
2. Realizar seminarios comunitarios sobre capacitación turística dictada por estudiantes de turismo no solo de la ESPOL, sino de otras universidades como Jefferson, Espíritu Santo, Estatal, Escuela Mónica Herrera, etc. Inclusive con estudiantes extranjeros como un requisito para **sus** horas de pasantías.
3. Que profesionales en sus respectivas áreas (TURISMO, ADMINISTRADORES DE **ONG**, AUDITORES EN CONTROL DE GESTION, BIOLOGOS, **TRABAJADORES** SOCIALES, ECOLOGOS, ETC.) realicen un trabajo a conciencia guiando a los pasantes encargados.
4. Mediante los seminarios dictados y en especial uno sobre RELACIONES PUBLICAS, además del trato de pasantes y turistas. El nivel de autoestima mejorará notablemente.
5. Dependerá del I. Municipio, de la Comuna y de Inversionistas interesados en el desarrollo del sector.
6. Mediante cursos de capacitación, **se** incentivará la colaboración de los pobladores.

7. Los jóvenes y niños valdivianos **se** orientarán al conocimiento microempresarial, que por supuesto ya está en **sus** raíces. Transformándose en los primeros defensores de **sus** valores y reafirmando los diariamente.

SOLUCIONES A LAS AMENAZAS DEL F.O.D.A.

1. Incentivar a los operadores para que consideren a la Comuna dentro de los paquetes que venden a Salinas y Montañita.
2. Realizar campañas para que la capacidad de carga no llegue a su **máximo**.
3. Lograr que la comunidad mediante prestamos internacionales y manejados por **la** gente CAPACITADA de la misma comuna se encargue de **su** propio desarrollo.
4. Con ayuda de charlas dadas por los pasantes de ARQUEOLOGÍA Y TURISMO se les incentivará para que tomen conciencia de que lo mejor de todo es mantener **sus** raíces y costumbres intactas o por lo menos que se sientan orgullosos de ellas.
5. Se evaluarían los daños sufridos en lo que respecta **a** fenómenos naturales, planificando mejoras en el servicio social y turístico. En cuanto a lo económico es algo que **está** en manos de las políticas económicas gubernamentales del momento.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Sostener las hipótesis a través de nuestra tesis, no fue fácil ya que tuvimos que viajar al sitio, realizar encuestas, consultar varios libros de historia, economía turística, ecología y muchos más. **Pero** hemos sido fieles a nuestros objetivos iniciales de avances turísticos en la costa, incentivar la identidad cultural, elevar la calidad de vida de la gente, etc. He **aquí** las conclusiones a las que hemos llegado:

1. Los vaídivianos por las encuestas presentadas no sólo son pescadores sino también agricultores, comerciantes y la mayoría de **sus** mujeres son amas de casa.
2. Los pobladores son el resultado de la mezcla de gente que vino de sus alrededores con los nativos asentándose en el lugar epónimo de la cerámica más antigua.
3. **Se** inventariaron un total de 13 atractivos, de los cuales tres presentaron la jerarquía de IV, la mayoría tienen buena calidad y solo el Río obtuvo la jerarquía **más** baja, por motivos ajenos a éste.

4. Conocimos un poco más sobre la gente que vive a orillas del mar, sus anhelos de trabajo y de días mejores para **su** comunidad.
5. Valdivia cuenta con una amplia playa desde la comuna San **Pedro** hasta la comuna Libertador Bolívar de aproximadamente 5.000 metros lineales.
6. Los cerros **cercanos** a Valdivia presentan una composición propensa **a** deslaves durante épocas de lluvias **fuertes**.
7. A la mayor parte de los valdivianos les agrada la visita de personas extrañas, conocidos como turistas **y** piensan que el turismo les traería diversos beneficios.
8. La capacidad de carga efectiva indica que **pueden** visitar la playa un total de **21** buses con capacidad para 50 pasajeros. Ante lo **cual** la CTG y la comuna tienen que designar los lugares adecuados para el estacionamiento de vehículos.
9. Mediante la zonificación de áreas planteadas en el monitoreo **técnico se** provee los lineamientos para un **manejo** coordinado y apropiado de los **recursos**.
10. En conclusión la Comuna Valdivia con **una** adecuada orientación **y** desarrollo de equipamiento turístico que integre **al** individuo y la comunidad, se puede convertir en un importante “Centro Turístico”.

En cuanto a recomendaciones pedimos considerar los siguientes puntos:

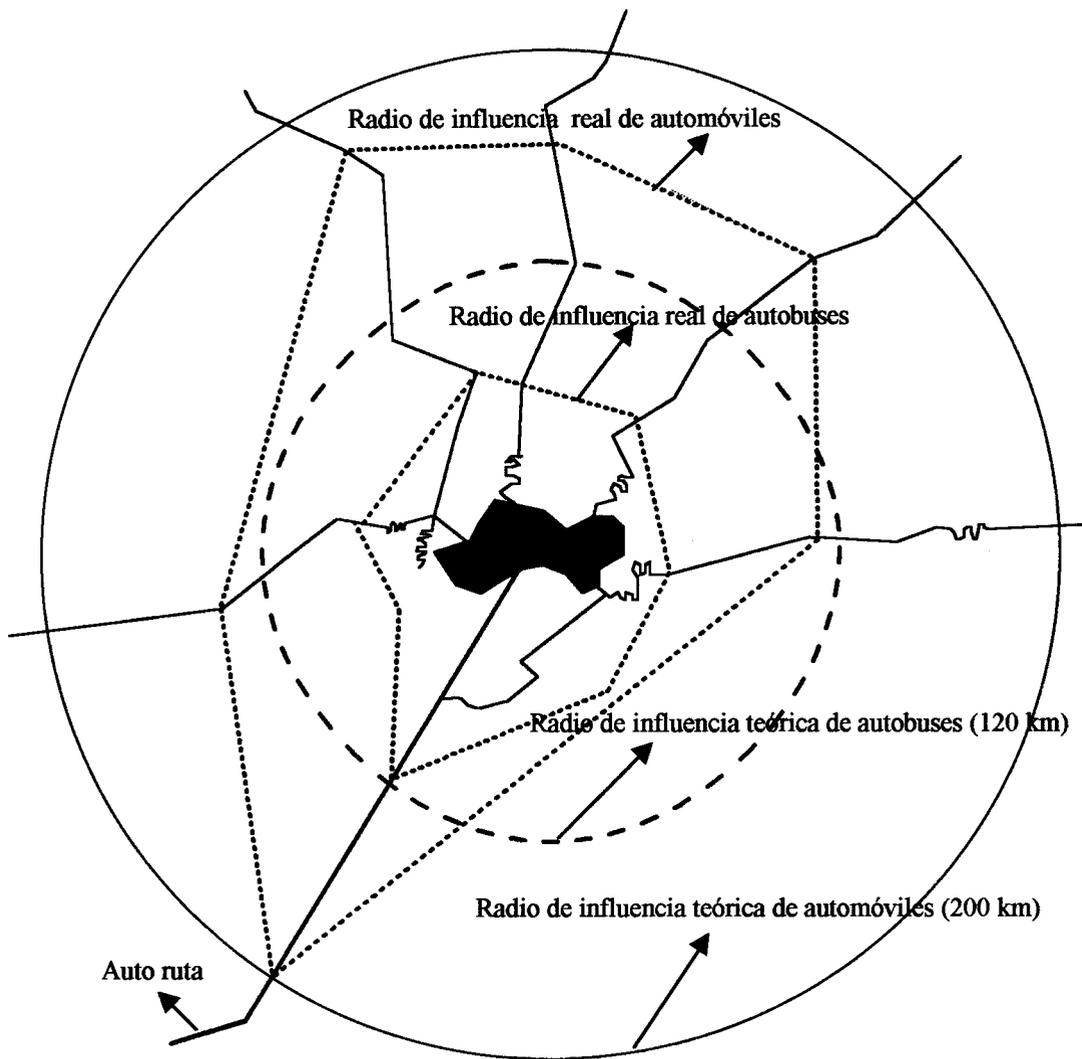
1. La planificación constituye el primer **paso** para **hacer** del turismo una industria sustentable que apoye la conservación y que produzca impactos sociales y económicos positivos.

2. Antes de realizar inversión alguna **se** debe llegar a un acuerdo con los “Directivos de la Comuna” ya que ellos tienen la potestad de las tierras sin dueño.
3. Cualquier proyecto turístico deberá desarrollarse en conjunto con los comuneros, pues de esta forma se logrará la integración de estos al proyecto.
4. El proyecto deberá ser manejado **en** un inicio por un ONG y luego por los comuneros ya **CAPACITADOS** en las respectivas áreas, después de recuperar la inversión realizada.
5. Recomendamos construir las cabañas de alojamiento entre la zona denominada Playas Brujas y la población para mayor tranquilidad del turista y para evitar impactos sociales negativos **en** la población.
6. El manejo de los desperdicios orgánicos de los turistas en las cabañas y demás propuestas deberán manejarse de acuerdo a técnicas ecológicas y modernas.
7. La implementación de **señales** de tránsito, letreros que indiquen el nombre del lugar y por supuesto avisos de prevención de aguas turbulentas para **bañistas**, **así** como letreros indicando **NO** dejar desperdicios.
8. El folleto al igual que todo material promocional debe ser elaborado por especialistas. Ubicándolos en sitios estratégicos como hoteles del área.
9. El proyecto o proyectos a realizar habrán de ser evaluados por un conjunto **interdisciplinario** de personas capacitadas, técnicos **en** desarrollo turístico, arquitectos, economistas, ecólogos y sociólogos.

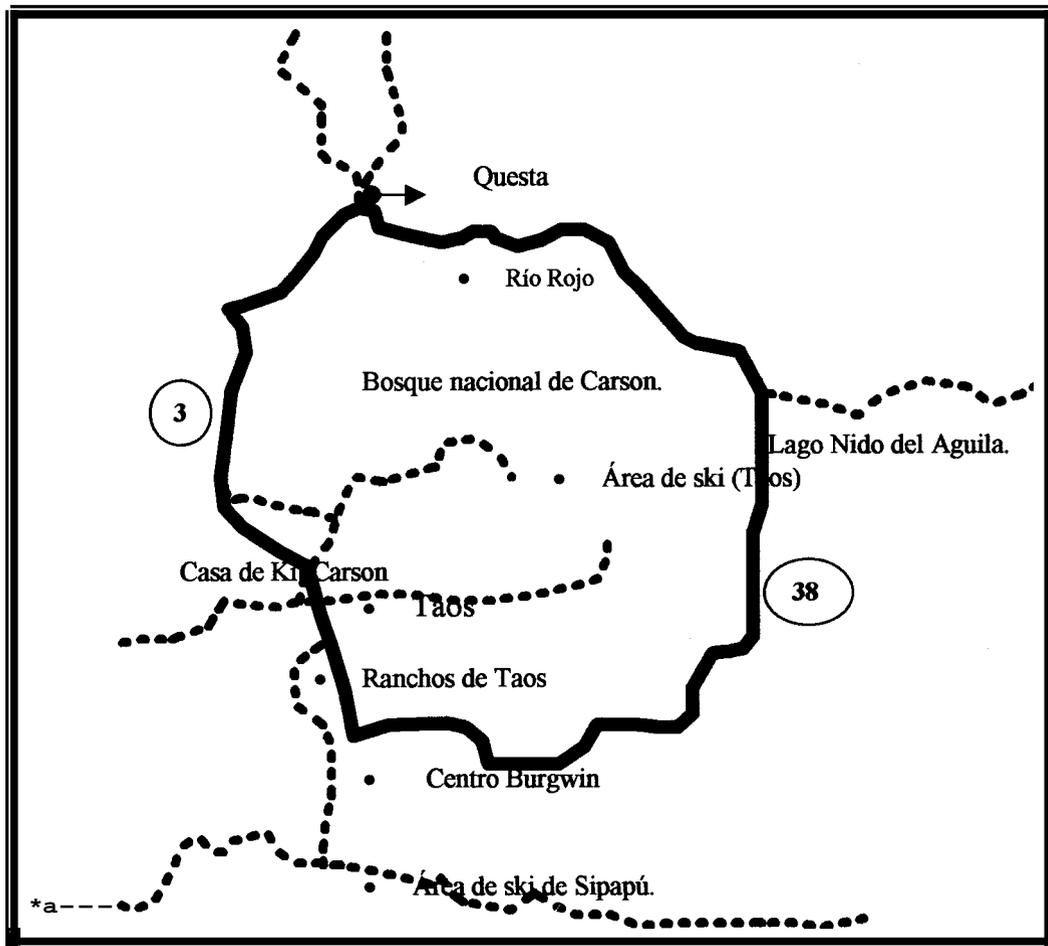
10. Seleccionar al grupo de trabajo siendo representativos de partes interesadas. El rol y las responsabilidades del grupo de trabajo deben ser claramente comunicadas, ya que **es crucial** que todos los participantes se comprometan a integrar un **equipo** compacto a través de una buena comunicación.
11. Es necesario educar a **todos** aquellos que tienen interés en el turismo. Las comunidades locales deben tener **algún** grado de comprensión sobre lo que los acuerdos relacionados con el turismo significarán para ellos y sus comunidades.
12. No es solo menester de la subsecretaría de turismo promover el turismo receptivo, nacional y social, es algo que **nos** compete a todos los ecuatorianos para hacer país.
13. Establecer acuerdos con industrias como INDUVAL evitando perjudicar el medio **como se** menciona en el punto #1 de soluciones a las debilidades del FODA.
14. Evitar tomar fotos de la gente del lugar por parte de **turistas**, como medida de protección ante deformaciones **socioculturales** de los pobladores.
15. El proceso de **reforestación** de los cerros **aledaños** y la colaboración de organismos encargados evitarán **deslaves** y embellecerán el lugar.
16. Las facilidades turísticas propuestas **se** complementan con el atractivo **turístico** del lugar pero hay que evitar quebrantar, abusar o **destruir** dicho atractivo puesto que significaría eliminar a largo plazo las posibilidades de subsistir como empresa, además de alterar la vida de sus pobladores y visitantes.

A N E X O S

ANEXO # 1-a
Radio de Influencia

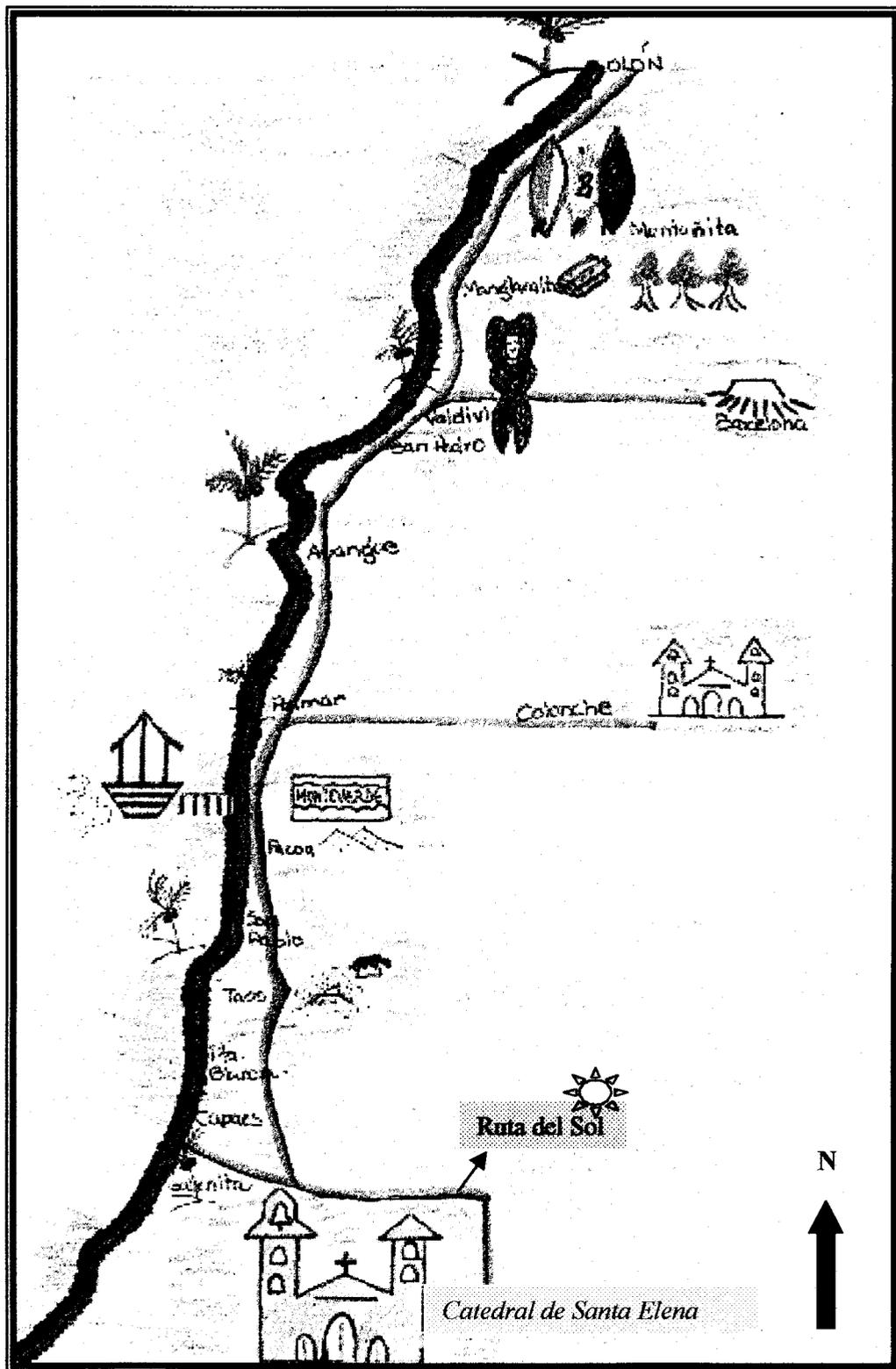


ANEXO # 1-b
Dibujo de TAOS en Nuevo Mexico.



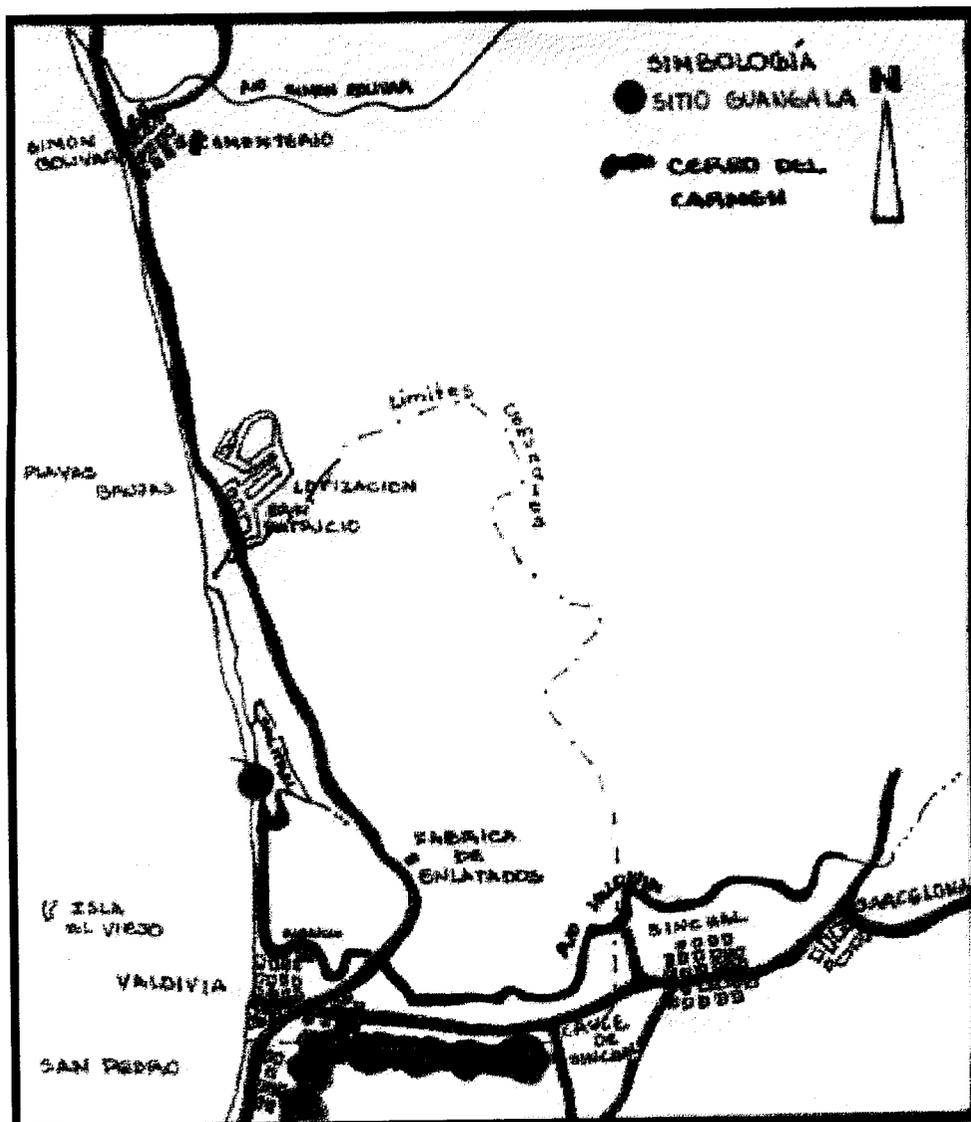
ANEXO # 2-a

Bosquejo Geográfico.



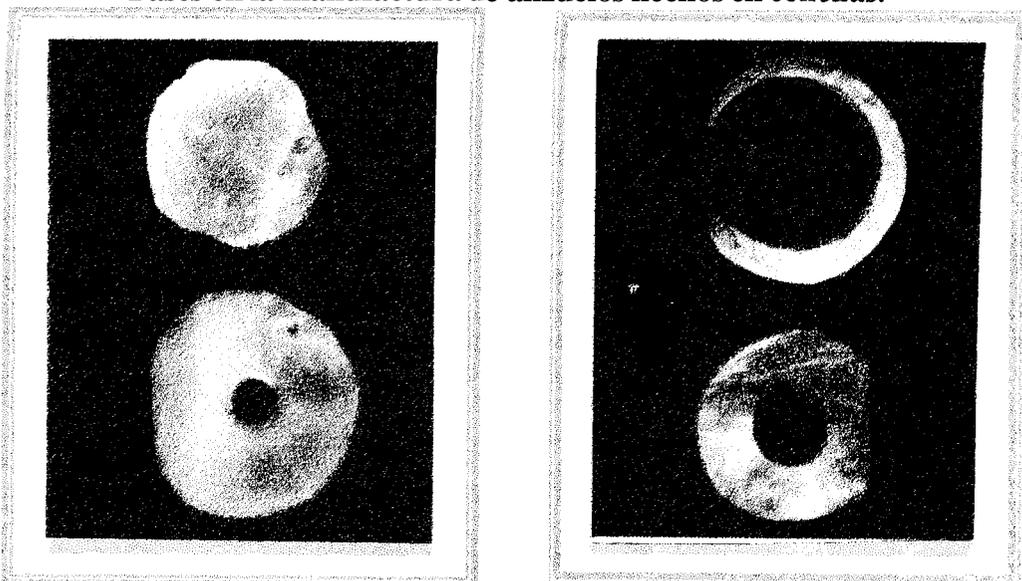
ANEXO # 2-b

Ubicación del sitio Guangala



ANEXO # 3

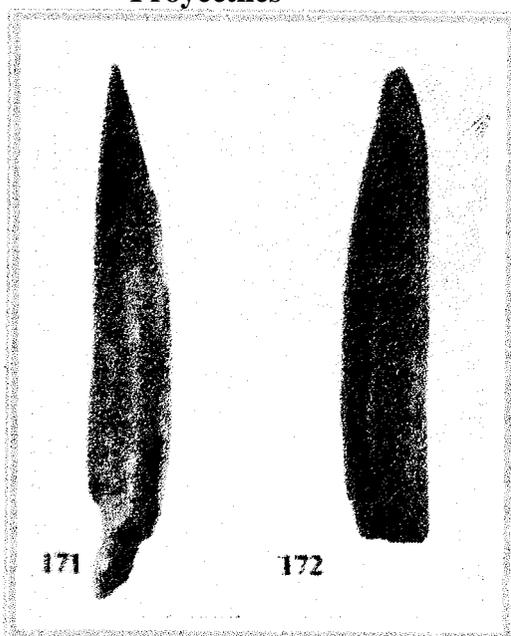
Fases en la manufactura de anzuelos hechos en conchas.



FUENTE: El Ecuador Antiguo, LATHRAP D. Pág. 23.

ANEXO # 4

Proyectiles



FUENTE: El Ecuador Antiguo, LATHRAP D. Pág. 81.

ANEXO # 5

Etapas o fases de la Cultura Vaidivia.

| Fases | Años a.C. |
|----------------|-----------|
| Fase 8 | 1600 |
| Fase 7 | 1700 |
| Fase 6 | 1800 |
| Fase 6 y 5 | 1900 |
| Fase 5 | 2000 |
| Fase 4 | 2100 |
| Fase 3 | 2200 |
| | 2300 |
| Fase 2 | 2400 |
| Fase 1 | 2500 |
| | 2600 |
| LOMA ALTA ↑ | 2700 |
| | 2800 |
| | 2900 |
| | 3000 |
| | 3100 |

ANEXO # 6

Foto de vasija y de un pequeño contenedor de CAL.
Estos ornamentos pertenecen a la Cultura Guangala.



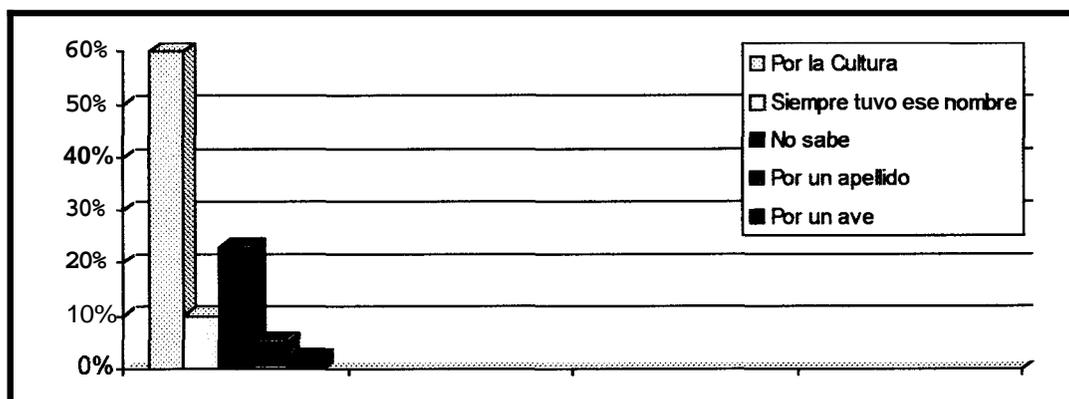
ANEXO #7

**POBLACIÓN INDIGENA DE LA PROVINCIA DE GUAYAQUIL, POR
PARTIDOS, 1765 – 1790**

| Partidos | Indios en 1765 | Indios en 1790 |
|-----------------------------|-----------------------|-----------------------|
| Guayaquil | 170 | 528 |
| Puná y Machala | 492 | 536 |
| Naranjal | 31 | 14 |
| Yaguachi | 148 | 69 |
| Babahoyo | 174 | 106 |
| Baba | 268 | 222 |
| | | 20 |
| | 106 | 62 |
| Balzar | 32 | 79 |
| Daule | 1052 | 978 |
| Punta de Santa Elena | 2870 | 4947 |
| Portoviejo | 2540 | 4045 |
| La Canoa | | 90 |
| TOTALES | 7.883 | 11727 |

ANEXO # 8

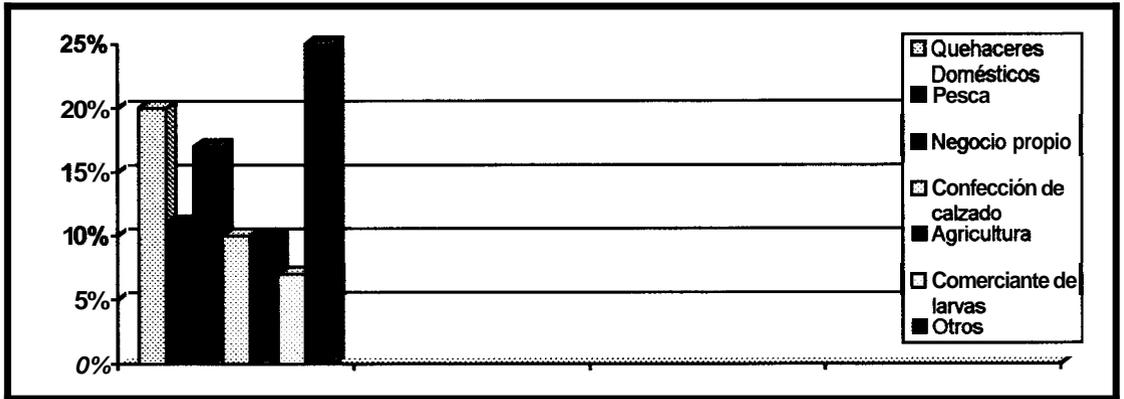
ESTADÍSTICA DEL NOMBRE VALDIVIA



Fuente: Encuestas realizadas a la población (08-07-2000).

ANEXO # 9

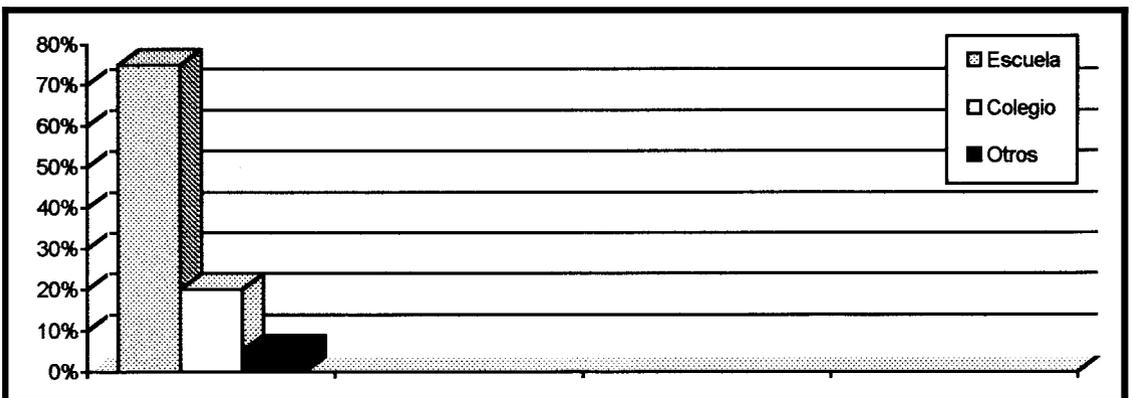
PORCENTAJE DE ACTIVIDADES DE LOS POBLADORES



Fuente: Encuesta a los pobladores (08-07-2000).

ANEXO # 10

PORCENTAJE DE CONCLUSION DE ESTUDIOS PRIMARIOS Y SECUNDARIOS



Fuente: Encuesta a los pobladores (08-07-2000).

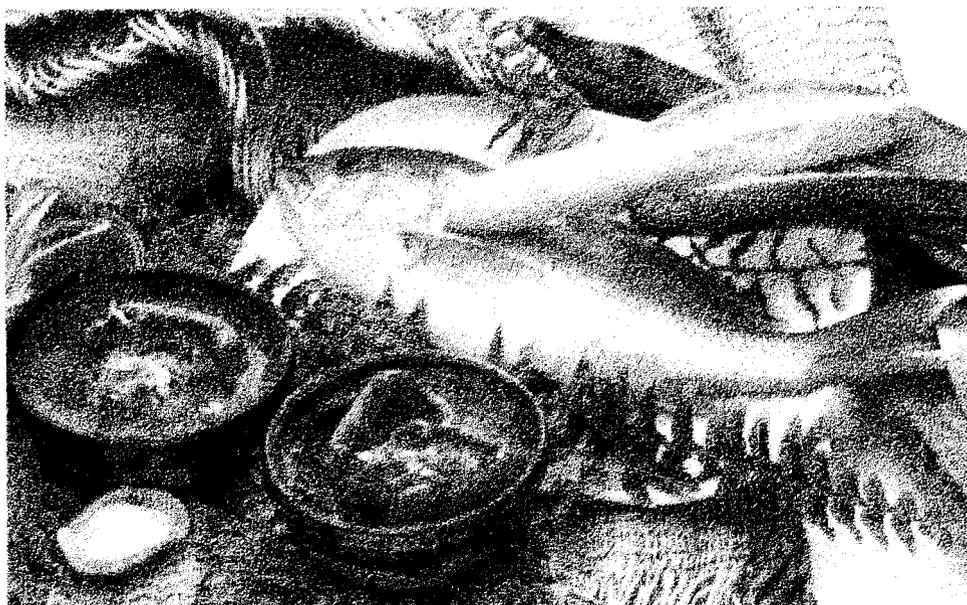
ANEXO #11

CASTILLO DE LERTORI



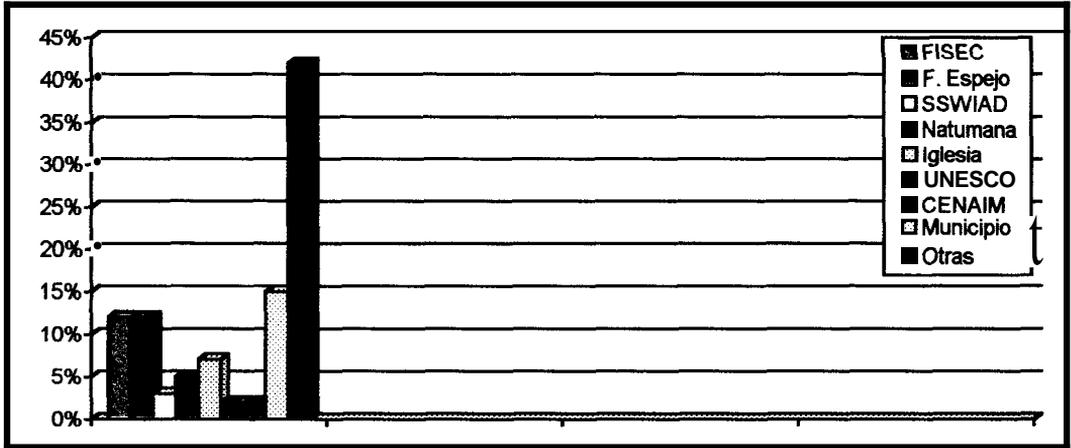
ANEXO #12

PLATO DE COMIDA



ANEXO # 13

FUNDACIONES QUE HAN AYUDADO



Fuente: Encuesta a los pobladores (10-02-2000).

ANEXO # 14

FICHA DE ATRACTIVO MONTAÑA: Cerro del Carmen

| Nombre del Atractivo: | Categoría: | Tipo: | Subtipo: | Jerarquía: |
|---|------------------|---------|----------|------------|
| "Cerro del Carmen" | Sitios Naturales | Montaña | Meseta | III |
|  | | | | |
| <p>Ubicación: 85° latitud Sur y 32° longitud Oeste. Calle 9 de Octubre vía a Sinchal. Medios de Acceso: A pie. Visitantes: Solo locales y nacionales. Características: Vista panorámica de la Comuna Valdivia, su playa y sus alrededores.</p> | | | | |

Fuente: Trabajo de Campo 10-02-2000 y 08-07-2000.

ANEXO # 15

FICHA DEL ATRACTIVO: Playa de Vaidivia.

| Nombre del Atractivo: | Categoría: | Tipo: | Subtipo: | Jerarquía: |
|-----------------------|------------------|--------|----------|------------|
| "Playa de Vaidivia" | Sitios Naturales | Costas | Playas | II |



Ubicación: 86° latitud Sur y 30° longitud Oeste. Av. Principal y calle 28 de Junio.

Medios de Acceso: Terrestre y marítimo.

Visitantes: Locales.

Características: Sus dimensiones son amplias, limpias y con aguas claras

Fuente: Trabajo de Campo 10-02-2000 y 08-07-2000.

ANEXO #16

FICHA DEL ATRACTIVO: Río Valdivia.

| Nombre del Atractivo: | Categoría: | Tipo: | Subtipo: | Jerarquía: |
|-----------------------|------------------|-------|----------|------------|
| “Río Valdivia” | Sitios Naturales | Ríos | | II |



Ubicación: 86° latitud Sur y 33° longitud Oeste. Avenida principal hacia Manglaralto.

Medios de Acceso: Terrestre.

Visitantes: Locales y nacionales.

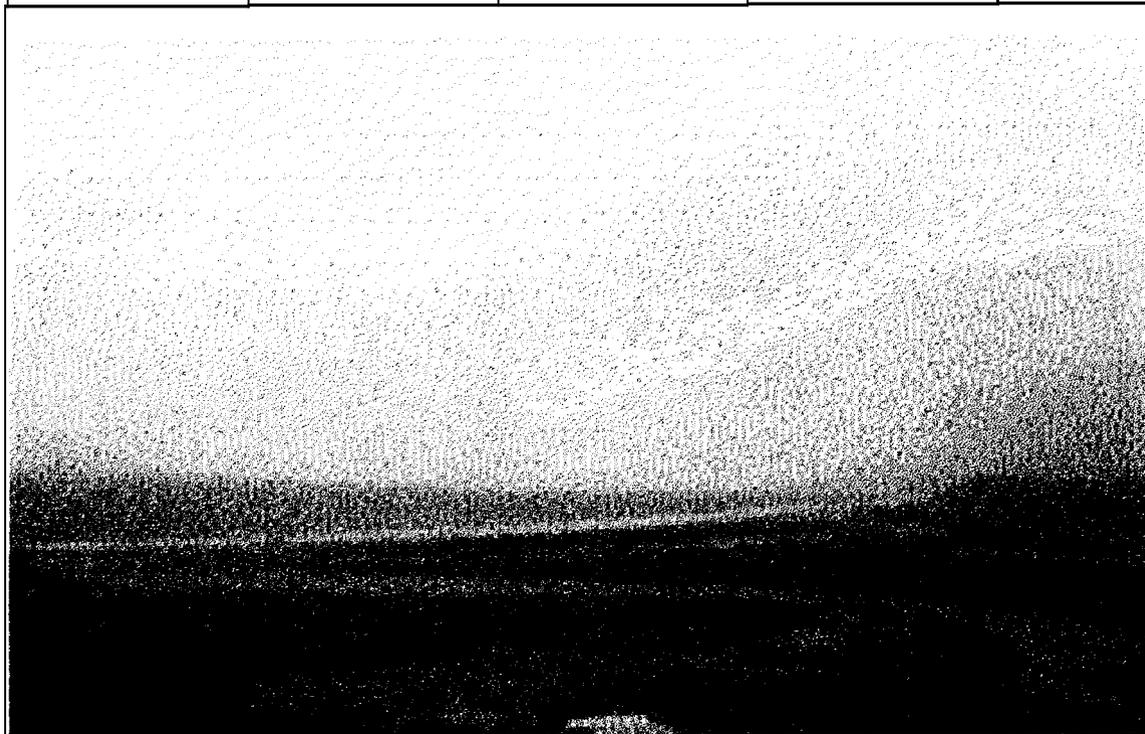
Características: Se puede observar como en época de lluvias riega el valle desde el puente construido en los años 60.

Fuente: Trabajo de Campo 10-02-2000 y 08-07-2000.

ANEXO # 17

FICHA DEL ATRACTIVO: Lugar de pesca.

| Nombre del Atractivo: | Categoría: | Tipo: | Subtipo: | Jerarquía: |
|-----------------------|------------------|-------------------------|----------|------------|
| "Mar de Valdivia" | Sitios Naturales | Lugares de Caza y Pesca | | III |



Ubicación: 36° latitud Sur y 73° longitud Oeste. Av. Principal y calle 28 de Junio.

Medios de Acceso: Canoas a motor.

Visitantes: Solo locales.

Características: Mediante la pesca de varios tipos de peces, se vuelve una fuente de ingreso para sus habitantes y materia prima para las fábricas del lugar.

Fuente: Trabajo de Campo 10-02-2000 y 08-07-2000.

ANEXO #18

FICHA DEL ATRACTIVO: Eco-museo Vaidivia.

| Nombre del Atractivo: | Categoría: | Tipo: | Subtipo: | Jerarquía: |
|-----------------------|-------------------------------------|--------|----------|------------|
| "Eco-museo Vaidivia" | Museos y Manifestaciones culturales | Museos | | IV |



Ubicación: 86° latitud Sur y 31 ° longitud Oeste. Av. Principal y calle 28 de Junio.

Medios de Acceso: Terrestre.

Visitantes: Locales, nacionales y extranjeros.

Características: Al ser un museo de sitio, se pueden observar vestigios de la cultura Vaidivia.

fuente: Trabajo de Campo 10-02-2000 y 08-07-2000.

ANEXO # 19

FICHA DEL ATRACTIVO: Museo Las Calaveras.

| Nombre del Atractivo: | Categoría: | Tipo: | Subtipo: | Jerarquía: |
|-----------------------|--|--------|----------|------------|
| “Museo Calaveras” | Las Museo manifestaciones Culturales y | Museos | | III |



Ubicación: 86' latitud Sur y 31° longitud Oeste. Av. Principal vía a Manglaraito.

Medios de Acceso: Terrestre.

Visitantes: Locales, nacionales y extranjeros.

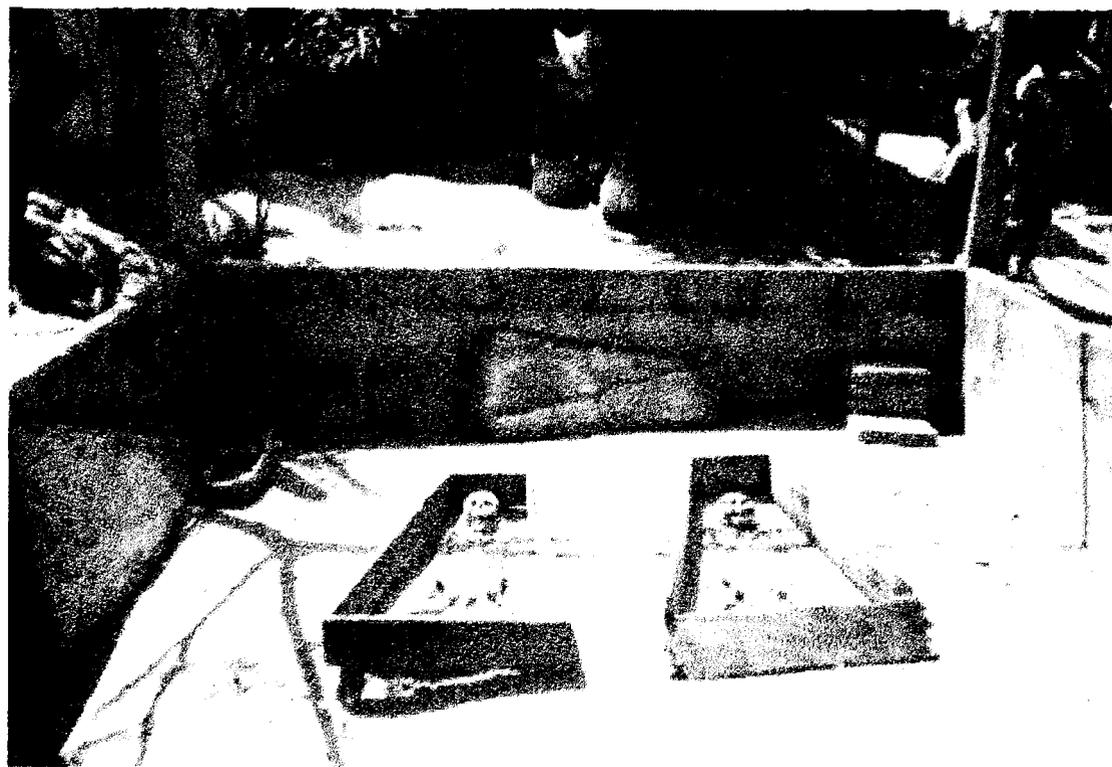
Características: Cuenta con varios objetos antiguos en general.

Fuente: Trabajo de Campo 10-02-2000 y 08-07-2000.

ANEXO # 20

RUINAS Y LUGARES ARQUEOLOGICOS: Cultura Guangala.

| Nombre del Atractivo: | Categoría: | Tipo: | Subtipo: | Jerarquía: |
|-----------------------|--------------------------------------|--------------------------------|----------|------------|
| “Cultura Guangala” | Museos y manifestaciones culturales. | Ruinas y lugares arqueológicos | | II |



Ubicación: 86° latitud Sur y 31° longitud Oeste. Av. Principal y calle Guayaquil.

Medios de Acceso: Terrestre,

Visitantes: Solo nacionales.

Características: Tumbas “in situ” de la Cultura Guangaia.

Fuente: Trabajo de Campo 10-02-2000y 08-07-2000.

ANEXO # 21

FICHA DEL ATRACTIVO: Festividades de la Virgen del Carmen.

| Nombre del Atractivo: | Categoría: | Tipo: | Subtipo: | Jerarquía: |
|----------------------------------|------------|--|----------|------------|
| "Fiesta de la Virgen del Carmen" | Foiklore | Manifestaciones religiosas, creencias populares. | | IV |



Ubicación: 86° latitud Sur y 3 1" longitud Oeste. Las calles de la comuna.

Medios de Acceso: Terrestre.

Visitantes: Locales, nacionales y extranjeros.

Características: Sus fiestas llaman la atención de la ciudadanía.

Fuente: Trabajo de Campo 10-02-2000 y 08-07-2000.

ANEXO # 22

FICHA DEL ATRACTIVO: Festividades de la Virgen de Czestochowa.

| Nombre del Atractivo: | Categoría: | Tipo: | Subtipo: | Jerarquía: |
|---------------------------------------|------------|--|----------|------------|
| “Fiestas de la Virgen de Czestochowa” | Folklore | Manifestaciones religiosas, creencias populares. | | 111 |



Ubicación: En la Academia de Corte y Confección. Av. Del Carmen y calle 16 de Julio.

Medios de Acceso: Terrestre.

Visitantes: Solo locales.

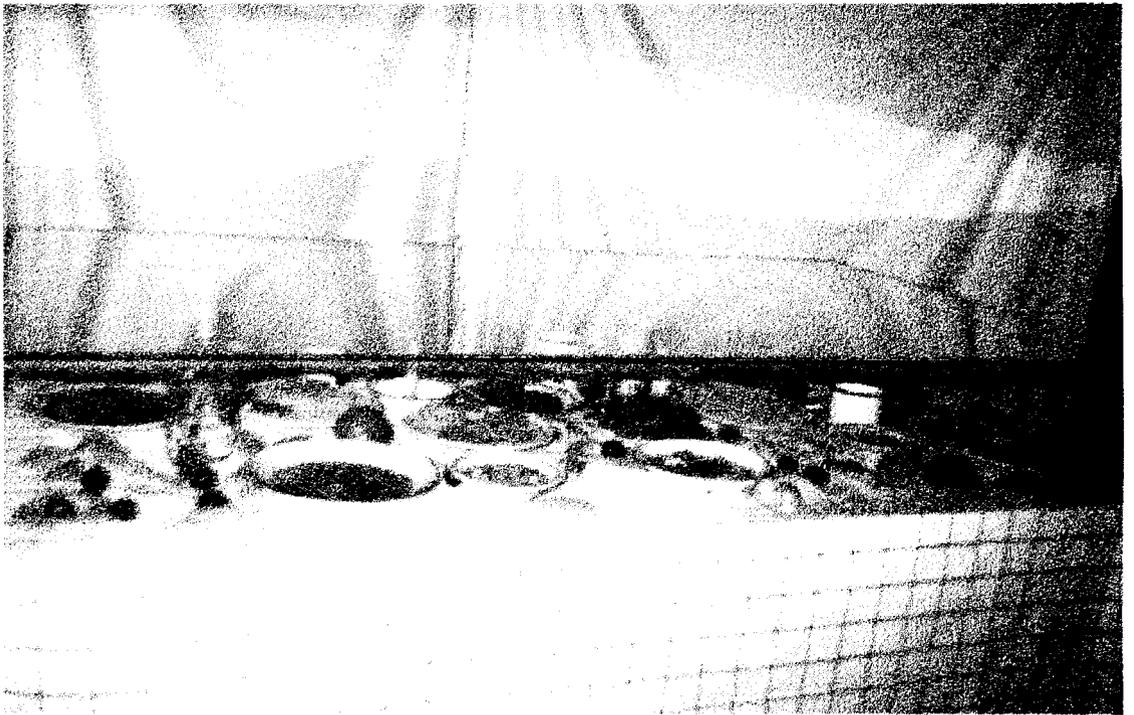
Características: Actualmente es una fiesta que celebran los integrantes de la academia, pero en el futuro se piensa hacerlo al mismo nivel que la fiesta de la Virgen del Carmen.

Fuente: Trabajo de Campo 10-02-2000 y 08-07-2000.

ANEXO # 23

FICHA DE ATRACTIVO: Festividades de los Santos Difuntos.

| Nombre del Atractivo: | Categoría: | Tipo: | Subtipo: | Jerarquía: |
|---------------------------------------|------------|---|----------|------------|
| “Festividades de los Santos Difuntos” | Folklore | Manifestaciones religiosas, creencias populares | | III |



Ubicación: 86° latitud Sur y 31° longitud Oeste. Casas de los habitantes de la comuna.

Medios de Acceso: Terrestre.

Visitantes: Locales.

Características: Con la puesta de alimentos en la mesa los visitantes tienen una idea de cómo se recuerda la memoria de los difuntos en los pueblos costeros.

Fuente: Trabajo de Campo 10-02-2000 y 08-07-2000.

ANEXO # 24

FICHA DEL ATRACTIVO: Artesanías y alfarería.

| Nombre del Atractivo: | Categoría: | Tipo: | Subtipo: | Jerarquía: |
|-------------------------------------|------------|--------------------|-----------|------------|
| "Artesanía y de Alfarería Valdivia" | Folklore | Artesanías y Artes | Alfarería | IV |



Ubicación: 86° latitud Sur y 31° longitud Oeste. En el Eco- museo y en la casa del Sr. JUANORRALA.

Medios de Acceso: Terrestre.

Visitantes: Locales, nacionales y extranjeros.

Características: La habilidad de los artesanos en la elaboración de máscaras, collares, vasijas, etc
Hacen que los visitantes quieran comprarlas.

Fuente: Trabajo de Campo 10-02-2000 y 08-07-2000.

ANEXO # 25

FICHA DEL ATRACTIVO: Escultura Valdivia.

| Nombre del Atractivo: | Categoría: | Tipo: | Subtipo: | Jerarquía: |
|-----------------------|--|--------------------------|-----------|------------|
| "Escultura Valdivia" | Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas. | Obras de arte y técnica. | Escultura | III |



Ubicación: 86° latitud Sur y 31° longitud Oeste.

Medios de Acceso: Terrestre.

Visitantes: Locales, nacionales y extranjeros.

Características: Representa una venus de piedra que da la bienvenida al visitante al entrar a la comuna.

Fuente: Trabajo de Campo 10-02-2000 y 08-07-2000.

ANEXO # 26

FICHA DEL ATRACTIVO: Acuario.

| Nombre del Atractivo: | del | Categoría: | Tipo: | Subtipo: | Jerarquía: |
|-----------------------|-----|--|---------------------------------|------------------------|------------|
| “Acuario Valdivia” | de | Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas. | Centros científicos y técnicos. | Zoológicos y acuarios. | III |



Ubicación: 86° latitud Sur y 31° longitud Oeste. Av. Principal y calle Mariano Merchán.

Medios de Acceso: Terrestre.

Visitantes: Locales, nacionales y extranjeros.

Características: Por la diversidad de animales marinos que exhibe atrae la atención de los visitantes.

Fuente: Trabajo de Campo 10-02-2000 y 08-07-2000.

ANEXO # 27

CALIDAD DE LOS ATRACTIVOS DE ACUERDO A SU EVALUACIÓN

| <i>ATRACTIVO</i> | <i>ANEXO #</i> | <i>PUNTAJE</i> | <i>CALIDAD</i> | <i>JERARQUIA</i> |
|---|----------------|----------------|----------------|------------------|
| Montaña “Cerro del Carmen” | 14 | 50 | Regular | II |
| Playas de Valdivia. | 15 | 54 | Regular | II |
| Río Valdivia. | 16 | 36 | Mala | I |
| Mar de Valdivia. | 17 | 57 | Buena | III |
| Eco-museo Valdivia. | 18 | 79 | Excelente | IV |
| Museo “Las Calaveras”. | 19 | 58 | Buena | III |
| Cultura Guangala. | 20 | 44 | Regular | II |
| Festividades de la Virgen del Carmen. | 21 | 80 | Excelente | IV |
| Festividades de la Virgen de Czestochowa. | 22 | 56 | Buena | III |
| Día de los Santos Difuntos. | 23 | 68 | Buena | III |
| Artesanías y Alfarerías. | 24 | 76 | Excelente | IV |
| Escultura | 25 | 63 | Buena | III |
| Acuario | 26 | 68 | Buena | III |

Fuente: Trabajo de campo 10-02-2000 y 08-07-2000.

ANEXO # 28

FICHA DE LA PLANTA TURÍSTICA: El Eco - museo Valdivia.

| Establecimiento: | Categoría: | Tipo: | Subtipo: | Jerarquía: |
|------------------------|-------------|----------------|---|------------|
| "Eco - museo Valdivia" | Alojamiento | Extra hotelero | Viviendas en Alquiler en Casas y Cabañas. | Tercera |



Datos de identificación comercial: Eco - museo Valdivia

Dirección: Av. Principal y calle 28 de Junio.

Yo. De plazas: 4 habitaciones.

Precio de habitación por persona: \$ 1.40

Fuente: Trabajo de **Campo** 10-02-2000 y 08-07-2000.

ANEXO # 29

FICHA DE LA PLANTA TURÍSTICA: Cafetería en el Acuario.

| Establecimiento: | Categoría: | Tipo: | Subtipo: | Jerarquía: |
|----------------------------|--------------|---------------------|-----------|------------|
| "Restaurant en el acuario" | Alimentación | Cafeterías y bares. | Cafetería | Tercera |



Datos de identificación comercial: Acuario de Valdivia.

Dirección: Av. Principal y calle Mariano Merchán.

No. De plazas: 36 personas.

Precios: Varía de acuerdo al grupo que haya solicitado la elaboración de comidas.

Fuente: Trabajo de Campo 10-02-2000y 08-07-2000.

ANEXO # 30

FICHA DE LA PLANTA TURÍSTICA: Transporte turístico.

| Categoría: | Tipo: | Subtipo: | Jerarquía: |
|-----------------|---------------------|----------|------------|
| Otros servicios | Transporteturístico | | Tercera |



Datos de identificación comercial: CITUP, Pto. López y 2 de noviembre.

Dirección: Terminal terrestre del Cantón La Libertad.

Precios: \$0.40

Fuente: Trabajo de Campo 10-02-2000 y 08-07-2000.

ANEXO # 31

FICHA DE LA PLANTA TURÍSTICA: Comercios turísticos en el Eco - museo.

| Categoría: | Tipo: | Subtipo: | Jerarquía: |
|-------------------|----------------------|-----------------|-------------------|
| Otros servicios | Comercios turísticos | | Tercera |



Datos de identificación comercial: Eco – museo Valdivia

Dirección: Av. Principal y calle 28 de Junio.

Precios: Oscilan entre \$0.20 hasta \$20.

Fuente: Trabajo de **Campo** 10-02-2000 y 08-07-2000.

ANEXO # 32

FICHA DE LA PLANTA TURÍSTICA: Comercios turísticos en el Museo “Las Calaveras”.

| Categoría: | Tipo: | Subtipo: | Jerarquía: |
|------------------------|----------------------|-----------------|-------------------|
| otros servicios | Comercios turísticos | | Tercera |



Datos de identificación comercial: Museo “Las Calaveras”.

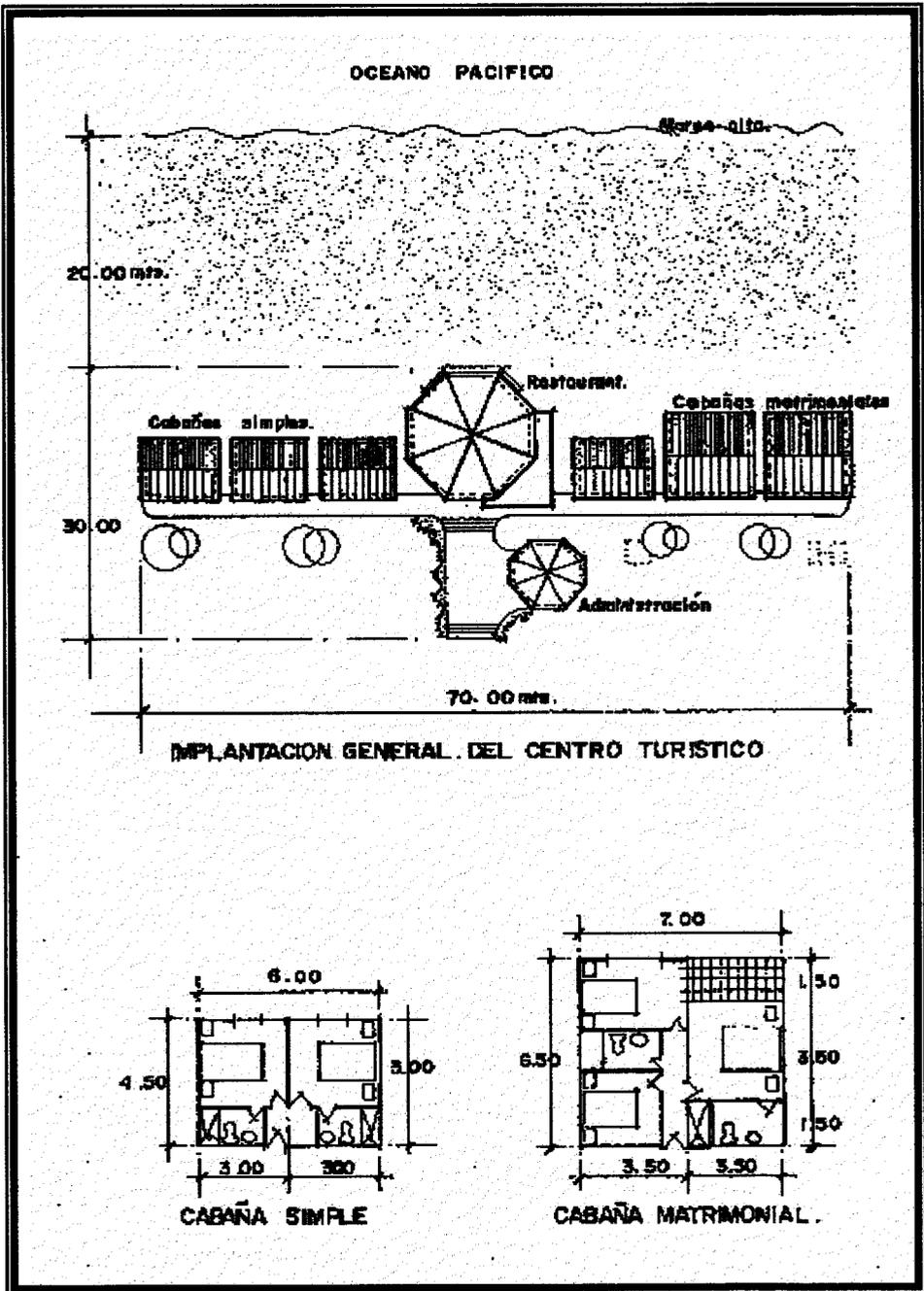
Dirección: Av. Principal vía a Manglaralto.

Precios: Oscilan entre \$0.20 hasta \$400.

Fuente: Trabajo de Campo 10-02-2000y 08-07-2000.

ANEXO # 33

DISEÑO DE LAS CABAÑAS DE ALOJAMIENTO



| <i>ELEMENTOS</i> | <i>CANTIDADES ESTIMADAS EN DOLARES</i> |
|----------------------------------|--|
| Pago a la Comuna. | 240.00 |
| Adecuaciones infraestructurales. | 409.20 |
| Edificaciones | 28,425.00 |
| Equipo | 7,827.90 |
| Mobiliario y decoración | 10,553.60 |
| Blancos y lencerías | 2,746.74 |
| Gastos pre-operatorios * | 8,785.42 |
| Capital de trabajo. | 5,300.00 |
| Gastos financieros ** | 49,965.00 |
| Imprevistos *** | 5,712.64 |

Fuente: Hernández, E. Proyectos Turísticos, pág. 80-86. Investigación de campo.

TOTAL DE LA INVERSIÓN

| | |
|---------------------|------------------|
| ● Capital de riesgo | 20,038.06 |
| Préstamo al banco | 49,965.00 |
| TOTAL | 70,003.06 |

* 17.5% de la suma de los 6 elementos anteriores.

** Préstamo bancario a la Corporación Financiera Nacional.

*** 5% del monto global de la inversión.

● Suma del pago a la comuna, gastos pre-operatorios, capital de trabajo e imprevistos.

ANEXO # 35

TABLA DE AMORTIZACIÓN

CAPITAL: \$49,965.00

GRACIA: 2 años.

INTERÉS: 13%

DE PAGOS: 2 veces al año.

PERIODOS: 20

DIAS DE COBRO: 180.

| Periodos | Deuda | Interés | Amortización | Pago al Banco |
|----------|-----------|----------|--------------|---------------|
| 1 | 49,965.00 | 3,247.73 | 0 | 3,247.73 |
| 2 | 49,965.00 | 3,247.73 | 0 | 3,247.73 |
| 3 | 49,965.00 | 3,247.73 | 0 | 3,247.73 |
| 4 | 49,965.00 | 3,247.73 | 0 | 3,247.73 |
| 5 | 49,965.00 | 3,247.73 | 3,122.81 | 6,370.53 |
| 6 | 46,842.19 | 3,044.74 | 3,122.81 | 6,167.55 |
| 7 | 43,719.38 | 2,841.75 | 3,122.81 | 5,964.56 |
| 8 | 40,596.57 | 2,638.77 | 3,122.81 | 5,761.58 |
| 9 | 37,473.76 | 2,435.79 | 3,122.81 | 5,558.60 |
| 10 | 34,350.95 | 2,232.81 | 3,122.81 | 5,355.62 |
| 11 | 31,228.14 | 2,029.82 | 3,122.81 | 5,152.63 |
| 12 | 28,105.33 | 1,826.84 | 3,122.81 | 4,949.65 |
| 13 | 24,982.52 | 1,623.86 | 3,122.81 | 4,746.67 |
| 14 | 21,859.71 | 1,420.88 | 3,122.81 | 4,543.69 |
| 15 | 18,736.90 | 1,217.89 | 3,122.81 | 4,340.70 |
| 16 | 15,614.09 | 1,014.91 | 3,122.81 | 4,137.72 |
| 17 | 12,491.28 | 811.93 | 3,122.81 | 3,934.74 |
| 18 | 9,368.47 | 608.95 | 3,122.81 | 3,731.76 |
| 19 | 6,245.66 | 405.96 | 3,122.81 | 3,528.77 |
| 20 | 3,122.85 | 202.98 | 3,122.81 | 3,325.79 |

ANEXO #36

INGRESOS ESTIMADOS EN DOLARES

INGRESOS Y COSTOS DE ALOJAMIENTO

| AÑOS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| T.A. | 12,000 | 12,000 | 12,000 | 12,000 | 12,000 | 12,000 | 12,000 | 12,000 | 12,000 | 12,000 |
| T.B. | 1,920 | 2,880 | 5,760 | 5,760 | 5,760 | 5,760 | 5,760 | 5,760 | 5,760 | 5,760 |
| Total | 13,920 | 14,880 | 17,760 |
| *Otros Gastos | 1,586.8 | 1,696.3 | 2,024.6 | 2,024.6 | 2,024.6 | 2,024.6 | 2,024.6 | 2,024.6 | 2,024.6 | 2,024.6 |

INGRESOS Y COSTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

| AÑOS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| T.A. | 8,000 | 8,000 | 8,000 | 8,000 | 8,000 | 8,000 | 8,000 | 8,000 | 8,000 | 8,000 |
| T.B. | 1,280 | 1,920 | 3,840 | 3,840 | 3,840 | 3,840 | 3,840 | 3,840 | 3,840 | 3,840 |
| Total | 9,280 | 9,920 | 11,840 |
| Costos | 2,691.2 | 2,876.8 | 3,433.6 | 3,433.6 | 3,433.6 | 3,433.6 | 3,433.6 | 3,433.6 | 3,433.6 | 3,433.6 |

TOTAL DE INGRESOS

| | | | | | | | | | | |
|----------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| A. & B. | 9,280 | 9,920 | 11,840 | 11,840 | 11,840 | 11,840 | 11,840 | 11,840 | 11,840 | 11,840 |
| Alojamiento | 13,920 | 14,880 | 17,760 | 17,760 | 17,760 | 17,760 | 17,760 | 17,760 | 17,760 | 17,760 |
| TOTALES de Ingresos | 23,200 | 24,800 | 29,600 |

T.A. = Temporada Alta.

* 11.4% de los Ingresos de Alojamiento.

T. B. = Temporada Baja.

** 29% de los Ingresos de A. & B.

FUENTE: Hernández, E. Proyectos Turísticos, pág. 102-103. Investigación de campo.

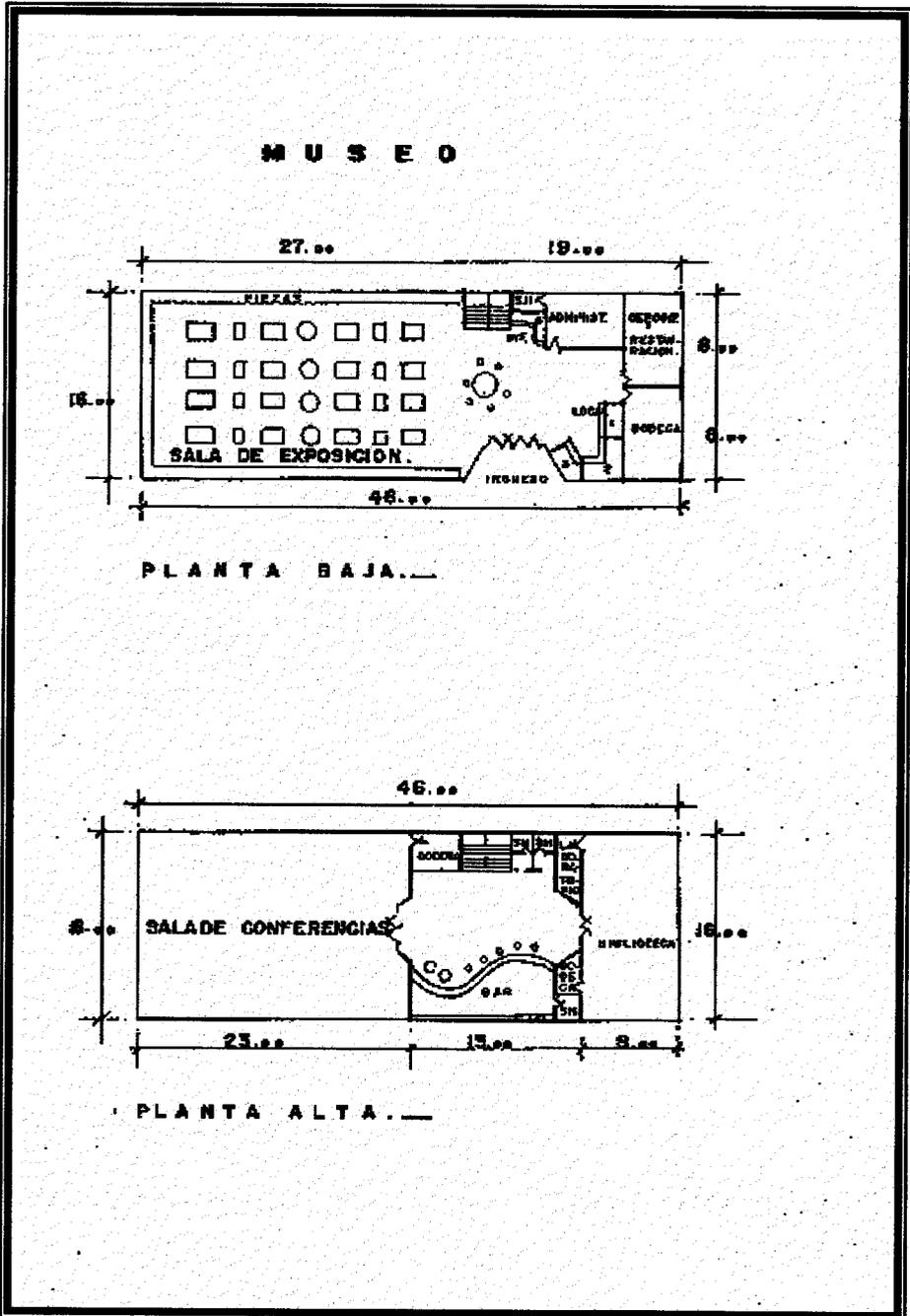
ANEXO # 37
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

| <i>Años</i> | <i>1</i> | <i>2</i> | <i>3</i> | <i>4</i> | <i>5</i> | <i>6</i> | <i>7</i> | <i>8</i> | <i>9</i> | <i>10</i> |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| INGRESOS OPERACIONALES | 23,000.00 | 24,800.00 | 29,600.00 | 29,600.00 | 29,600.00 | 29,600.00 | 29,600.00 | 29,600.00 | 29,600.00 | 29,600.00 |
| COSTOS Y GASTOS OPERACIONALES | 4,278.08 | 4,573.12 | 5,458.24 | 5,458.24 | 5,458.24 | 5,458.24 | 5,458.24 | 5,458.24 | 5,458.24 | 5,458.24 |
| SUELDOS | 5,328.00 | 5,328.00 | 5,328.00 | 5,328.00 | 5,328.00 | 5,328.00 | 5,328.00 | 5,328.00 | 5,328.00 | 5,328.00 |
| UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL | 13,393.92 | 14,898.88 | 18,843.76 |
| GASTOS FUNCIONALES (14.5% de Ingresos Operacionales) | 3,364.00 | 3,596.00 | 4,292.00 | 4,292.00 | 4,292.00 | 4,292.00 | 4,292.00 | 4,292.00 | 4,292.00 | 4,292.00 |
| UTILIDAD NETA OPERACIONAL | 10,029.92 | 11,302.88 | 14,551.76 |
| GASTOS FINANCIEROS | 6,495.45 | 6,495.45 | 12,538.08 | 11,726.14 | 10,914.22 | 10,102.28 | 9,290.36 | 8,478.42 | 7,667.00 | 6,854.06 |
| DEPRECIACIÓN (2.8% de Ingresos Operacionales) | ≈49.60 | 694.40 | 828.80 | 828.80 | 828.80 | ≈28.80 | 828.80 | 828.80 | 828.80 | 828.80 |
| SEGUROS (0.7% de Ingresos Operacionales) | ω2.40 | 173.60 | 207.20 | ≥07.20 | 207.20 | 207.20 | 207.20 | 2ω7.2ω | 207.2ω | 207.2ω |
| RENTAS | 240.00 | 240.00 | 240.00 | 240.00 | 240.00 | 240.00 | 240.00 | 240.00 | 240.00 | 240.00 |
| TOTAL GASTOS NO DEPARTAMENTALES | 7,547.43 | 7,603.45 | 13,814.08 | 13,002.14 | 12,190.22 | 11,378.28 | 10,566.36 | 9,754.42 | 8,943.00 | 8,130.06 |
| UTILIDAD TRABAJADORES (8% de la diferencia de utilidad y gastos) | 198.60 | 295.95 | 59.01 | 123.96 | 188.92 | 253.87 | 318.83 | 3≈3.78 | 44ω70 | ≈13.≈ |
| UTILIDAD O PERDIDA | 2,283.87 | 3,403.47 | 678.67 | 1,425.65 | 2,172.61 | 2,919.60 | 3, ≈≈5.00 | 4,413.55 | | |

FUENTE: HERNANDEZ, EDGAR. Pág. 97,103-112. Investigación de campo.

ANEXO #38

DISEÑO DEL MUSEO



ANEXO # 39

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN DEL MUSEO

| <i>ELEMENTOS</i> | <i>CANTIDADES ESTIMADAS EN DOLARES</i> |
|----------------------------------|--|
| Pago a la comuna | 240.00 |
| Adecuaciones infraestructurales. | 270.00 |
| Edificaciones | 20,000.00 |
| Equipo | 10,750.00 |
| Mobiliario y decoración | 10,000.00 |
| Gastos pre-operatorios * | 7,220.5 |
| Capital de trabajo . | 16,191.00 |
| Gastos financieros ** | 41,020.00 |
| Imprevistos *** | 5,284.57 |

Fuente: Hernández, E. pág. 80-86. Investigación de campo.

TOTAL DE LA INVERSIÓN

| | |
|---------------------|------------------|
| • Capital de riesgo | 28,936.07 |
| Préstamo al banco | 41,020.00 |
| TOTAL | 69,956.07 |

* 17.5% de la suma de los 6 elementos anteriores.

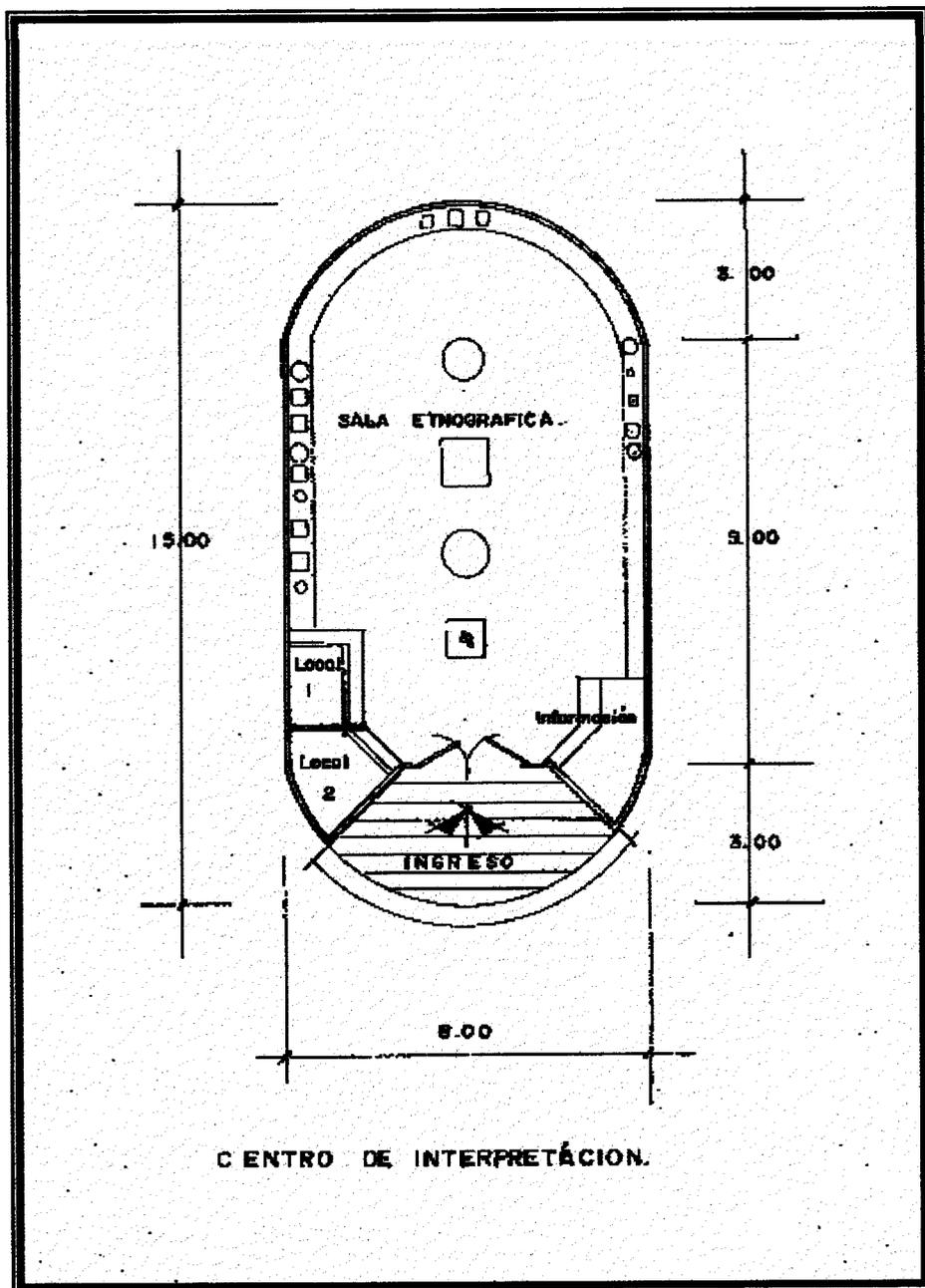
** Préstamo bancario a la Corporación Financiera Nacional.

*** 5% del monto global de la inversión.

• Suma del pago a la comuna, gastos pre-operatorios, capital de trabajo e imprevistos.

ANEXO # 40

DISEÑO DEL CENTRO DE INTERPRETACIÓN



ANEXO # 41

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN DEL CENTRO DE INTERPRETACIÓN

| <i>ELEMENTOS</i> | <i>CANTIDADES ESTIMADAS EN DOLARES</i> |
|-----------------------------------|--|
| Pago a la comuna | 240.00 |
| Adecuaciones infraestructurales . | 270.00 |
| Edificaciones | 9,000.00 |
| Equipo | 5,900.00 |
| Mobiliario y decoración | 3,387.00 |
| Gastos pre - operatorios * | 3,289.47 |
| Capital de trabajo | 7,000.00 |
| Gastos financieros ** | 18,557.00 |
| Imprevistos *** | 2,382.17 |

Fuente: Hernández, E. pág.80-86 Investigación de campo.

TOTAL DE LA INVERSIÓN

| | |
|---------------------|------------------|
| ● Capital de riesgo | 12,911.64 |
| Préstamo al banco | 18,557.00 |
| TOTAL | 31,468.64 |

* 17.5% de la suma de los 6 elementos anteriores.

** Préstamo bancario a la Corporación Financiera Nacional.

*** 5% del monto global de la inversión.

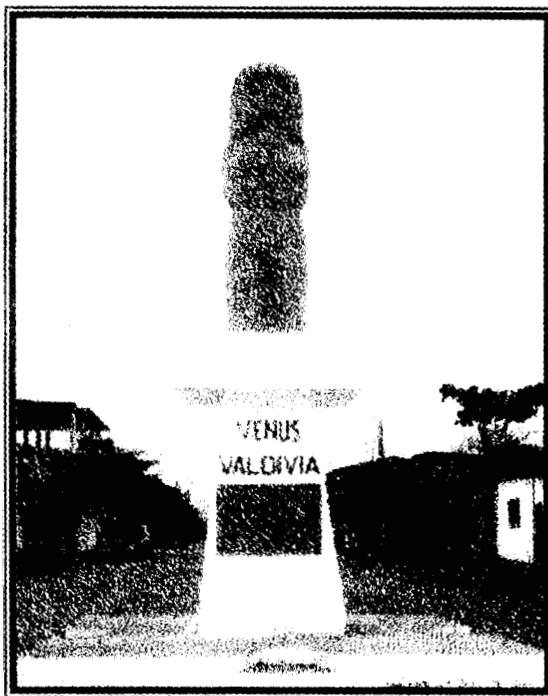
● Suma del pago a la comuna, gastos pre-operatorios, capital de trabajo e imprevistos.

ANEXO # 42
EJEMPLO DE FOLLETO PROMOCIONAL

VALDIVIA: Es una de las culturas más antiguas con cerámica de América, toma su nombre de la población de pescadores y agricultores en el km 42 de la vía Santa Elena - Manglaralto

Evidencias de esta cultura la tenemos en la zona de El Morro, pero le corresponde al sitio Real Alto ser el lugar más importante para esta cultura en la provincia.

Lo que más destaca son las estatuillas antropomorfas llamadas VENUS. las cuales fueron hechas inicialmente en piedra y luego en cerámica. Estas figuras *están* relacionadas al culto de la fertilidad y al uso de ellas en proceso de curación por los shamanes o curanderos.



TELEFONOS IMPORTANTES

| | |
|---------------------------------|-----------------|
| Hospital de Manglaralto | 901 192 |
| Programa de Manejo de | |
| Recursos Costeros (PMRC) | 901 118 |
| Capitania del Puerto de Salinas | 772147 - 772720 |

ANEXO # 43**REGLAMENTO DE LA COMUNA VALDIVIA**

- e Levantar el nivel de vida, salud, alimentación, educación, vivienda y trabajo de sus habitantes en base de la acción conjunta de todos los comuneros que voluntariamente han decidido prestarse recíproca, honesta y legal cooperación.
- Procurar el mejoramiento económico, social, moral y cívico a la comuna en general y de los comuneros en particular.
- Obtener existencia técnica y administrativa de todas las entidades encargadas de los programas de desarrollo de la comunidad, así como el decidido aporte colectivo para el éxito de este propósito.
- Establecer parcelas demostrativas para la capacitación práctica de los comuneros y para mejorar las técnicas agrícolas.
- Crear y mejorar los establecimientos educacionales para la enseñanza tanto de niños como de adultos.
- Procurar adquirir tierras por cualquiera de los medios legales, para dedicarle a la explotación agrícola comunitaria con la obligación de no parcializarla dentro de los socios.
- e Mediante mingas realizar trabajos de construcción y los mantenimientos de caminos locales y escolares, Casa Comunal, Casa de habitación de los comuneros y de todos los servicios necesarios para el desarrollo de la Comuna.
- e Adoptar las medidas necesarias para la construcción de las viviendas en el seno de la comuna, se efectúe atendiendo a las normas de higiene y salud.

- Organizar la caja de ahorros para prestar servicio de crédito a los comuneros.
- Establecer el servicio de tienda o de almacén comunal.
- Propender el mejoramiento de la producción agropecuaria en base de asesoramiento técnico y del concurso acreditativo.
- Mantener la solidaridad entre todos los comuneros, como un medio para preservar la paz, la armonía y la tranquilidad entre ellos.
- Obtener agua tanto para uso doméstico como para regadío, empleando los procedimientos legales.
- Organizar y mantener servicios de asistencia y ayuda social para casos de residentes, enfermedad grave o fallecimiento, mediante contribuciones económicas acordadas en Asamblea General.

ANEXO # 44

SOLICITUDES DE REGISTRO DE RESTAURANTE Y ALOJAMIENTO

Ministerio de Turismo

SUBSECRETARIA DE TURISMO DEL LITORAL

P. Yeaza 203 y Pichincha, 5to. Piso - Telf: (593-4) 561281 Fax: 562544 Guayaquil - Ecuador

SOLICITUD DE REGISTRO**COMIDAS Y BEBIDAS**

....., a de

Yo, en calidad de Representante Legal de la
Empresa solicito al señorDirector Ejecutivo de Turismo se digno, de conformidad con las disposiciones legales, Clasificar y Registrar a mi
empresa, cuyas características son las siguientes:

Razón Social (Persona Jurídica)

Nombre del Establecimiento

Ubicación del Establecimiento

Provincia

Cantón

Ciudad

Calle

No.

Transversal

Teléfono

Telex/Fax

Fecha de Constitución:

Fecha de Inicio de Operaciones:

Registro Unico de Contribuyentes:

Número de Cédula:

Monto de la Inversión \$:

Total de Empleados:

Ejecutivos

Recepción

Cocina

Meseros

Otros

No. de Mesas: No. de Sillas:

Observaciones:

Atentamente,

Propietario o Administrador

Ministerio de Turismo

SUBSECRETARIA DE TURISMO DEL LITORAL

P. Ycaza 203 y Pichincha, 5to. Piso - Telef: (593-4) 561281 Fax: 562544 Guayaquil - Ecuador

SOLICITUD DE REGISTRO

ALOJAMIENTO

..... de.....

Yo..... un calidad de Representante Legal de la Empresa..... solicito al señor Director Ejecutivo de Turismo se digne, de conformidad con las disposiciones legales, Clasificar y Registrar a mi empresa, cuyas características son las siguientes:

Razón Social (Persona Jurídica).....

Nombre del Establecimiento.....

Ubicación del Establecimiento.....

| | | | | |
|-------|-----|-------------|----------|---------|
| | | Provincia | Cantón | Ciudad |
| Calle | No. | Transversal | Teléfono | Tel/Fax |

Fecha de Constitución:

Fecha de Inicio de Operaciones:

Registro Único de Contribuyentes:

Número de Cédula:

Monto de la Inversión \$.....

Total de Empleados:.....

| | | | | | | |
|------------|-----------|-----------|---------|--------|---------|-------|
| Ejecutivos | Recepción | Camareros | Botones | Cocina | Meseros | Otros |
|------------|-----------|-----------|---------|--------|---------|-------|

No. de Habitaciones..... No. de Plazas.....

Observaciones.....

Atentamente,

Propietario o Administrador

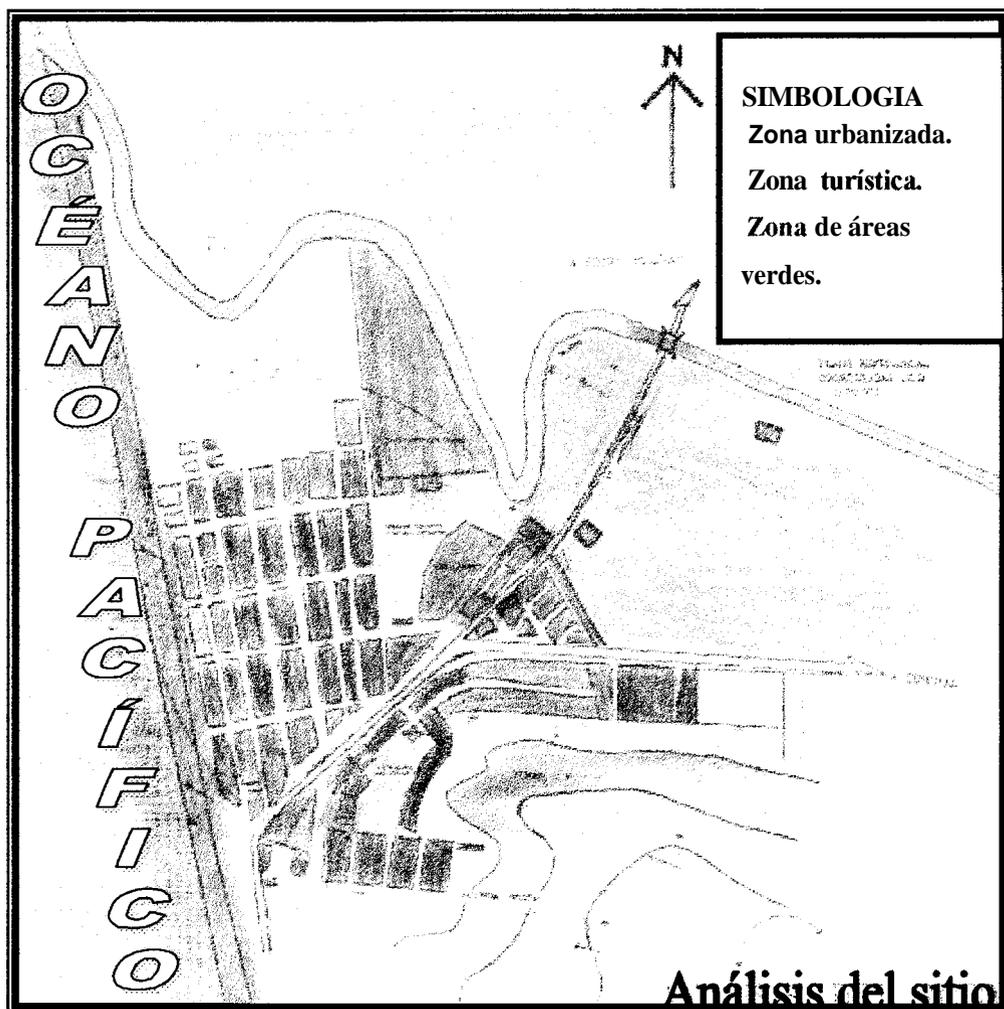
ANEXO # 45

TRANSCRIPCION DEL ART. 23

| <i>Literal</i> | <i>Contenido</i> |
|----------------|---|
| a.- | Las inversiones y reinversiones mínimas que el Reglamento Especial establezca, según la ubicación, tipo o subtipo del proyecto, tanto para nuevos proyectos como para ampliación o mejoramiento de los actuales dedicados al turismo receptivo e interno; |
| b.- | Ubicación en las zonas o regiones deprimidas con potencial turístico, en las áreas fronterizas o en zonas rurales con escaso o bajo desarrollo socio – económico; y |
| c.- | Que constituyan actividades turísticas que merezcan una promoción acelerada. |

FUENTE: Ley **Especial de** Turismo, 1997.

ANEXO # 46
ZONAS SUGERIDAS PARA EL MONITOREO TÉCNICO



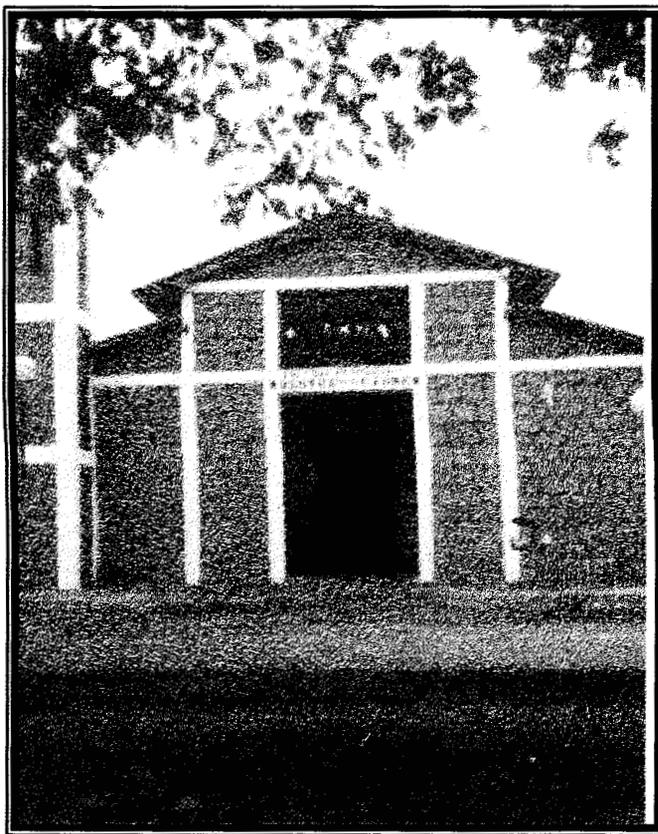
ANEXO # 47
AGRICULTOR



Próximo al agricultor se aprecia su casa de caña y un fogón de madera

ANEXO # 48

IGLESIA DE VALDIVIA



Vista frontal de la Iglesia Nuestra Señora del Carmen.

ANEXO # 49
RÍO VALDNIA



Tomando medidas del ancho del Río en época seca (Julio 08,2000).

ANEXO # 50

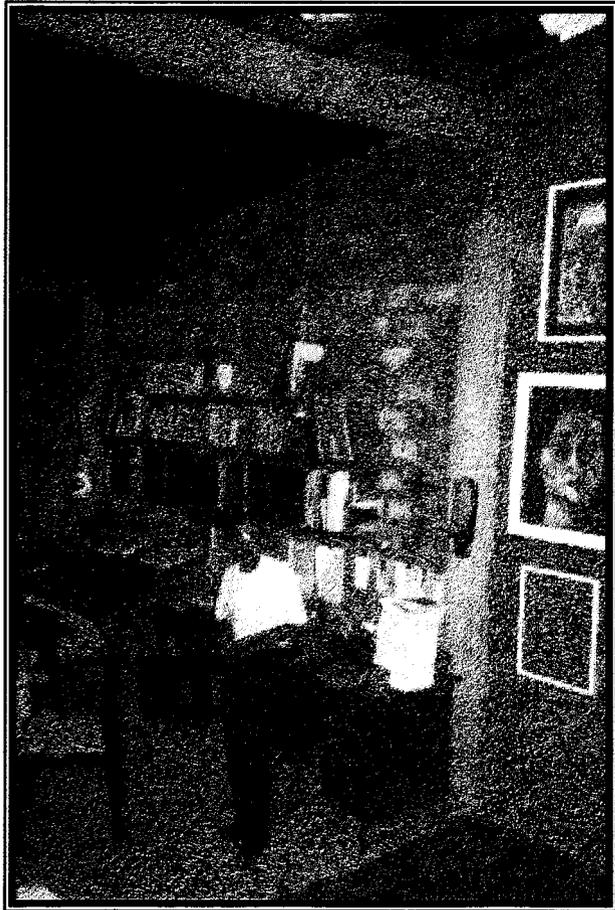
ARTESANÍAS DE GERARDO YAGUAL



Replicas de objetos arqueológicos elaborados en piedra por este artesano.

ANEXO # 51

MUSEO RICAURTE



El Sr. León Ricaurte con algunas de **sus** obras en el interior del museo.

ANEXO # 52
CATEDRAL DE SANTA ELENA



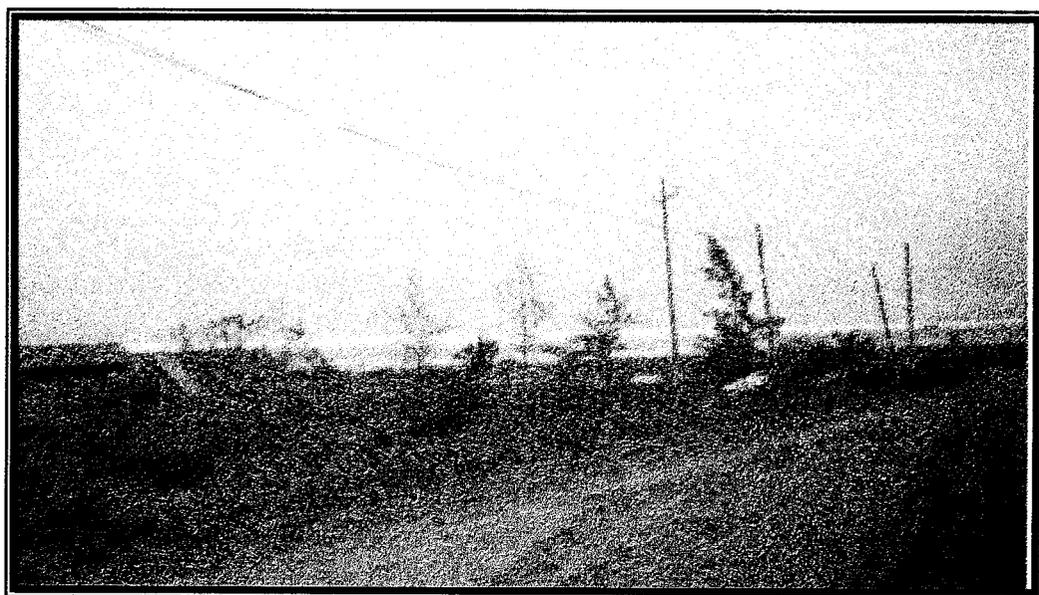
Las torres de la Catedral de Santa Elena se aprecian en primera instancia y a la derecha se puede ver parte del edificio del **1.** Municipio de este cantón.

ANEXO # 53**PLAYA DE SAN PABLO**

Vista parcial de la Playa de San Pablo, a la izquierda se puede apenas apreciar el techo de una cabaña restaurante perteneciente al hotel “Las Olas” y a la derecha se aprecia la escalera de una torre salvavidas donada por la Coca Cola.

ANEXO # 54**PLAYA DE MONTEVERDE**

Vista parcial de la playa, a la izquierda se aprecia una lancha a motor, al fondo se puede observar barcos pesqueros, a la derecha parte del muelle ya que Monteverde se caracteriza por el olor que emite su fábrica de enlatados de pescado.

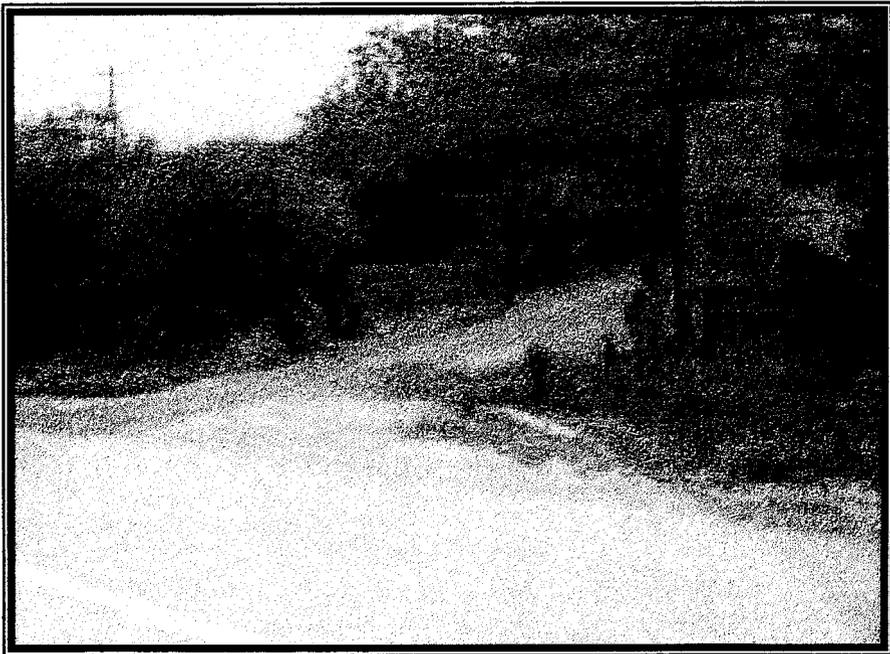
ANEXO # 55**PLAYA DE SAN PEDRO**

Vista parcial de la playa de San Pedro a la bajada de la loma del CENAIM.

ANEXO # 56
PLAYA DE VALDIVIA



Parte norte de la playa de Valdivia, pasando la población y el estero del río.

ANEXO # 57**EXTERIOR DE LA HOSTERIA VALDIVIA ECOLODGE**

En esta foto se aprecia la entrada a la hostería al pie de la carretera Santa Elena – Manglaralto, llamando la atención a través del cartel amarillo.

ANEXO # 58

INTERIOR DE VALDIVIA ECOLODGE



Al fondo a la derecha se logra divisar el mar de la bahía de San Pedro y Valdivia, las cabañas de la hostería y las escaleras de cemento que llevan a una pequeña piscina.

GLOSARIO

Alucinógenas.- Adj. Que produce alucinación

Aluvial.- Adj. De **ALUVIÓN**, avenida fuerte de agua, inundación.

Cariz.- *fig. y fam.* Aspecto que presentan un negocio o una reunión de personas.

CETUR- Corporación Ecuatoriana de Turismo.

CL- Centro de Interpretación.

COLISA.- Constructora del Litoral Sociedad Anónima.

Com.- Comuna.

Conglomerado.- **Roca** sedimentaria formada por fragmentos de diversas rocas o minerales unidos por un cemento.

CTG.- Comisión de Transito del Guayas.

Diametrales.- El aspecto opuesto.

DIGMER- Dirección General de Marina Mercante.

DFTURIS.- Dirección de Turismo.

Eco-lodge.- Alojamiento proyectado con funcionamiento ecológico.

Elípticas.- Con formas relativas a la figura de elipse o parecido a ella.

Enajenación.- relativo a **ENAJENAR**, pasar o transmitir a otro el dominio de una cosa o algún otro derecho sobre ella.

Epónimo.- Adj. Aplicase al héroe o a la persona que da nombre a un pueblo, a una **tribu**, a una ciudad o a un período o época. En este caso el pueblo de Valdivia dio el nombre a los restos y vasijas hallados en **1956** por V.E. Estrada.

Equipamiento Turístico.- Relacionado con la provisión de los servicios necesarios para la comodidad del turista.

FISE.- Fondo de Inversión Social y Emergencia.

FODA.- Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Grava.- Mezcla de arena, piedra y a **veces** de arcilla.

Huequeros.- Personas que excavan los sitios arqueológicos sin conocimientos de arqueología ni ética.

Idiosincrasia.- Índole del temperamento y carácter de cada individuo, por lo cual se distingue de los demás.

IEOS.- Instituto Ecuatoriano de Obras Sanitarias.

INP.- Instituto Nacional de Pesca.

INEC.- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Limo.- Lodo, barro o parte arcillosa de las tierras de labor.

Malocas.- Tipos de casas del Amazonas.

Muñecos.- Manera en que algunos pobladores de Valdivia llaman a las figurillas encontradas entre los restos arqueológicos.

NATUMANA.- Naturaleza y Humanidad.

NUMA.- Niños, Universidades y Medio Ambiente.

OMT.- Organización Mundial de Turismo.

ONG.- Organización No Gubernamental.

Organ.- Organización.

Ornamentos.- Ciertas piezas que se encontraron acompañando a los restos humanos de las excavaciones arqueológicas.

Pacoa.- Sitio entre San Pablo y Monteverde donde se extrae sal.

PMRC.- Programa de Manejo de Recursos Costeros.

Sala Etnográfica.- Lugar que tiene por objeto presentar el estudio y la descripción de la gente y del sitio llamado Valdivia.

Urnas funerarias.- Vasijas de barro de suficiente dimensión para depositar restos humanos y luego enterrarlas.

Vaca Loca.- Armatoste de cañas recubiertas de piel de vaca en ocasiones y relleno de cohetes y petardos.

V.E.Estrada.- El arqueólogo Víctor Emilio Estrada Icaza.

BIBLIOGRAFIA

1. BISCHOF, H. “La Cerámica San Pedro en el Suroeste del Ecuador: Relaciones estratigráficas y difusión”. Congreso internacional de Americanistas, Quito, julio 7-10, 1997,
2. BOULLÓN, R. Planificación del Espacio Turístico. Editorial Trillas, México, 1990, 72-88 p.
3. CÁRDENAS, F. Proyectos turísticos, localización e inversión. Editorial Trillas, México, 1996.
4. CIFUENTES, M. Determinación de las cargas turísticas en áreas protegidas. Técnica de informe técnico # 194, Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (C.A.T.I.E.),Turrialba, 1992.
5. COBO, M. y Dra. MASSAY S. Lista de los peces marinos del Ecuador Vol. 11# 1. Instituto Nacional de Pesca del Ecuador, Guayaquil, 1969.
6. COORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL. Manual de Evaluación de Impactos Ambientales para proyectos de Inversión, Quito, 1993.

7. CHOCA, A. "Plan de desarrollo y equipamiento urbano para la Comuna Valdivia: Museo de sitio arqueológico Valdivia" (Tesis, Facultad de Arquitectura, Universidad Laica Vicente Rocafuerte, **1998**).
8. DIARIO EL UNIVERSO, portada de "El Gran Guayaquil", Marzo 5 de **2000**.
9. DICCIONARIO ASURI DE LA LENGUA ESPANOLA, Durvan S.A., Madrid, **1983**.
10. DICCIONARIO SANTILLANA, Santillana S.A., Madrid, **1993**.
11. ESTRADA, E. Las Culturas Pre-Clásicas, Formativas o Arcaicas del Ecuador. Publicación del museo VICTOR EMILIO ESTRADA, Guayaquil, **1958**.
12. ESCUELA DE BIOLOGIA, Cubierta vegetal de la P.S.E., Facultad de Ciencias Naturales de la Universidad de Guayaquil, Guayaquil, **1979, 73 p.**
13. GUERRA, A. Apuntes para la historia de la Península de Santa Elena, Fundación Eugenio Espejo y la 1. Municipalidad de Sta. Elena, Santa Elena, **1995**.
14. HAMERLY, M. Historia Social y Económica de la Antigua Provincia de Guayaquil **1763-1842**, Banco Central del Ecuador, Guayaquil, **1987**.
15. HERNÁNDEZ, E. Proyectos Turísticos: Formulación y Evaluación, Trillas, México, **1983**.
16. LATHRAP, D. El Ecuador Antiguo, Cultura, Cerámica y Creatividad **3000-300 a.C.** Museo del Banco del Pacífico, Chicago, **1980**.
17. LAVIANA, M. Guayaquil en El siglo XVIII, Escuela de Estudios Hispano - Americanos de Sevilla, Sevilla, **1987, 150 p.**
18. LEY ESPECIAL DE DESARROLLO TURISTICO, Ministerio de Turismo, Registro Oficial, Quito **1997**.

19. MARCOS, J. Real Alto: La historia de un Centro Ceremonial Valdivia, Corporación Editora Nacional, Quito, 1988, 75-78 p.
20. MARTINEZ, J. Y MADIROLAS, A. “Áreas de distribución y abundancia de los Recursos Demersales con énfasis en el Recurso Merluza en la plataforma continental del Ecuador” Boletín Científico y Técnico (I.N.P.), Vol. 11, No.3 (Septiembre 1991), Guayaquil, 38-43 p.
21. MASSAY, S. “Revisión de la lista de los peces marinos del Ecuador”. Boletín Científico y Técnico (I.N.P.) Vol. 6 N°1 (1983). Guayaquil, 2-22 p.
22. PAZMINO, M. “Propuesta Urbano de las Comunas de Valdivia y San Pedro” (Tesis, Facultad de Arquitectura, Universidad Laica Vicente Rocafuerte, 1998).
23. PEARCE, D. Desarrollo Turístico: Su planificación y ubicación geográfica. Trillas S.A. 1991, 72-88 p.
24. PIEDRA, J. “Procesos litorales en San Pedro – Valdivia” (Tesis, facultad de ingeniería Marítima y Ciencias del Mar, ESPOL, 1990).
25. P.M.R.C. Plan de Manejo de la ZEM San Pedro – Valdivia - Manglaralto, P.M.R.C. Guayaquil, 1993.
26. REX G., A. La “Cultura Valdivia”, (París, UNESCO, abril 1980).
27. STOTHERT, K. Un sitio de Guangala Temprano en El Suroeste del Ecuador, Banco Central del Ecuador, Guayaquil, 1993.
28. Apuntes de Clase: “Planificación Turística” y de “Manejo de Áreas Protegidas”.