



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**“DISEÑO DE UN SENDERO PARA EL AVISTAMIENTO DE  
AVES MARINAS EN EL SECTOR LA BOQUITA DE LA  
COMUNA VALDIVIA, COMO ALTERNATIVA DE  
DIVERSIFICACIÓN TURÍSTICA, ECONÓMICA  
Y DESARROLLO SOSTENIBLE  
A PARTIR DEL 2016”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERO EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**AUTOR: GILSON DANILO RODRÍGUEZ MUÑOZ**

**TUTOR: LCDA. SILVIA PAOLA PERALTA MENDOZA, MSc.**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2016**

**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

**“DISEÑO DE UN SENDERO PARA EL AVISTAMIENTO DE  
AVES MARINAS EN EL SECTOR LA BOQUITA DE LA  
COMUNA VALDIVIA, COMO ALTERNATIVA DE  
DIVERSIFICACIÓN TURÍSTICA, ECONÓMICA  
Y DESARROLLO SOSTENIBLE  
A PARTIR DEL 2016”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERO EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**AUTOR: GILSON DANILO RODRÍGUEZ MUÑOZ**

**TUTOR: LCDA. SILVIA PAOLA PERALTA MENDOZA, MSc.**

LA LIBERTAD – ECUADOR

2016

**La Libertad, 14 de Noviembre del 2015**

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutora del trabajo de investigación, **“DISEÑO DE UN SENDERO PARA EL AVISTAMIENTO DE AVES MARINAS EN EL SECTOR LA BOQUITA DE LA COMUNA VALDIVIA, COMO ALTERNATIVA DE DIVERSIFICACIÓN TURÍSTICA, ECONÓMICA Y DESARROLLO SOSTENIBLE A PARTIR DEL 2016”** elaborado por el Sr. RODRÍGUEZ MUÑOZ GILSON DANILO, egresado de la Escuela de Hotelería y Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Gestión y Desarrollo Turístico, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académico y científico, razón por la cual la apruebo en todas sus partes

**Atentamente**

---

Lcda. Silvia Paola Peralta Mendoza, MSc.

**TUTORA**

## **AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

El presente trabajo de Titulación: **“DISEÑO DE UN SENDERO PARA EL AVISTAMIENTO DE AVES MARINAS EN EL SECTOR LA BOQUITA DE LA COMUNA VALDIVIA COMO ALTERNATIVA DE DIVERSIFICACIÓN TURÍSTICA, ECONÓMICA Y DESARROLLO SOSTENIBLE A PARTIR DEL 2016”**, elaborado por quien suscribe la presente, declara que los datos, análisis, opiniones y comentarios que constan en este trabajo de investigación son de exclusiva propiedad, responsabilidad legal y académica del autor. No obstante es patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

**La Libertad, 14 de Enero del 2016**

**Atentamente**

.....  
**Gilson Danilo Rodríguez Muñoz**  
**C.I. 240000157-0**

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo a la memoria de mi abuelo materno Juan Aureliano Muñoz Cochea, quien en vida patrocinó mis estudios secundarios.

De la misma forma se la dedica al esfuerzo incansable realizado por mis padres, quienes sobrepasaron momentos de necesidades por brindarme una oportunidad de superación.

A mi esposa Janina e hijos Abner y Amy, les dedico este y todos mis futuros triunfos por ser mi motivo de superación.

GILSON R. M.

## AGRADECIMIENTO

Mis agradecimientos más sinceros van dedicados a:

Dios por la bendición que me ha dado al permitirme estudiar, para alcanzar un título profesional.

A mis padres por su apoyo económico y moral durante mis 18 años de estudios, convirtiéndose en el pilar fundamental a lo largo de toda mi vida.

A la UPSE, especialmente a los docentes de la carrera GDT por la preparación de excelencia que me brindaron.

A la Lcda. Silvia Paola Peralta Mendoza, tutora del proyecto, quien durante todo el proceso supo orientarme de manera efectiva.

GILSON R. M.

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

Ing. José Villao Viteri, MBA.  
DECANO DE LA FACULTAD  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

---

Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.  
DIRECTOR CARRERA DE GESTIÓN  
Y DESARROLLO TURÍSTICO

---

Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.  
PROFESOR DE ÁREA

---

Lcda. Silvia Peralta Mendoza, MSc.  
PROFESOR - TUTOR

---

Ab. Joe Espinoza Ayala  
SECRETARIO GENERAL

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO  
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**“DISEÑO DE UN SENDERO PARA EL AVISTAMIENTO DE  
AVES MARINAS EN EL SECTOR LA BOQUITA DE  
LA COMUNA VALDIVIA, COMO ALTERNATIVA  
DE DESARROLLO SOSTENIBLE  
A PARTIR DEL 2016”**

**Autor:** Gilson Danilo Rodríguez Muñoz

**Tutor:** Lcda. Silvia Paola Peralta Mendoza, MSc.

**RESUMEN**

Alcanzar el objetivo de *“Diseñar un sendero para el avistamiento de aves marinas, mediante el desarrollo de estudios técnicos de planificación, aportando al desarrollo turístico sostenible del estuario La Boquita y de la comuna Valdivia”* requiere de actividades planificadas y del fomento de instituciones del estado y financieras, con el fin de liderar el cambio a través de excursiones de calidad en un camino diseñado para el disfrute de la naturaleza y otras actividades, en el filo del río California y manglar; proporcionando al visitante un producto innovador, con gran trascendencia para el aprendizaje y con respeto al ambiente. Empezó por un diagnóstico que dio a conocer la situación actual de la comunidad, seguidamente de un análisis teórico de variables, para la posterior definición metodológica que compone un proyecto factible, fijando instrumentos para recabar datos que formen los parámetros óptimos para el diseño del sendero, estos son: adecuaciones del terreno, señalética, mobiliario y equipamiento. Se plantea un modelo administrativo que coordina gerencia con el cabildo, por ser un proyecto de tipo comunitario, que estipula la creación y difusión de una marca turística que permita al sendero posicionarse en un mercado cada vez más competitivo, finalmente se diseña un modelo económico-financiero que comprueba la viabilidad del proyecto.



## ÍNDICE GENERAL

|   |             |
|---|-------------|
| <b>APROBACIÓN DEL TUTOR .....</b>                               | <b>III</b>  |
| <b>AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>                        | <b>IV</b>   |
| <b>DEDICATORIA.....</b>   | <b>V</b>    |
| <b>AGRADECIMIENTO .....</b>                                     | <b>VI</b>   |
| <b>TRIBUNAL DE GRADO .....</b>                                  | <b>VII</b>  |
| <b>RESUMEN .....</b>  | <b>VIII</b> |
| <b>ÍNDICE GENERAL .....</b>                                     | <b>IX</b>   |
| <b>ÍNDICE DE CUADROS.....</b>                                   | <b>XII</b>  |
| <b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>                                    | <b>XIII</b> |
| <b>ÍNDICE DE GRÁFICOS.....</b>                                  | <b>XIV</b>  |
| <b>ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....</b>                             | <b>XV</b>   |
| <b>1. VALDIVIA Y SU POTENCIAL PARA EL ECOTURISMO.....</b>       | <b>4</b>    |
| <b>1.1. CONTEXTO GEOGRÁFICO Y AMBIENTAL .....</b>               | <b>4</b>    |
| 1.1.1. Ubicación .....  | 4           |
| 1.1.2. Dimensión territorial y límites .....                    | 4           |
| <b>1.2. CONTENIDO HISTÓRICO DE LA POBLACIÓN .....</b>           | <b>5</b>    |
| 1.2.1. Reseña histórica de la comuna Valdivia.....              | 5           |
| 1.2.2. Origen y evolución de la industria turística local ..... | 7           |
| <b>1.3. SITUACIÓN DEMOGRÁFICA .....</b>                         | <b>8</b>    |
| 1.3.1. Población existente .....                                | 8           |
| 1.3.2. Vivienda.....  | 9           |
| 1.3.3. Educación .....  | 10          |
| 1.3.4. Salud .....  | 10          |
| 1.3.5. Salubridad .....   | 10          |
| 1.3.6. Agua potable y energía eléctrica .....                   | 11          |
| 1.3.7. Telecomunicaciones .....                                 | 11          |
| 1.3.8. Seguridad pública.....                                   | 12          |
| 1.3.9. Vialidad, accesibilidad y circulación.....               | 12          |
| <b>1.4. SISTEMA POLÍTICO Y ADMINISTRATIVO .....</b>             | <b>14</b>   |
| <b>1.5. SITUACIÓN TURÍSTICA LOCAL.....</b>                      | <b>15</b>   |
| 1.5.1. Atractivos turísticos locales .....                      | 15          |

|   |           |
|---|-----------|
| 1.5.2. Planta turística.....  | 17        |
| <b>1.6. EL TURISMO: CONCEPTO Y MODALIDADES.....</b>                               | <b>19</b> |
| 1.6.1. El Ecoturismo: Perspectivas para su desarrollo en la comuna Valdivia ..... | 22        |
| 1.6.2. El avistamiento de aves .....  | 29        |
| 1.6.3. El desarrollo turístico sostenible .....                                   | 37        |
| <b>1.7. METODOLOGÍA APLICADA AL DISEÑO DEL SENDERO.....</b>                       | <b>39</b> |
| 1.7.1. La planeación participativa y diagnóstico del sendero .....                | 40        |
| 1.7.2. Diseño del sendero .....   | 41        |
| 1.7.3. Operación del sendero .....  | 47        |
| <b>1.8. CONTEXTO LEGAL.....</b>   | <b>49</b> |
| 1.8.1. El cuerpo legal del estado ecuatoriano relacionado al ecoturismo.....      | 49        |
| 1.8.2. Plan nacional de turismo (PLANDETUR 2020) .....                            | 52        |
| <b>1.9. METODOLOGÍA APLICADA EN LA INVESTIGACIÓN.....</b>                         | <b>52</b> |
| 1.9.1. Diseño de la investigación.....  | 52        |
| 1.9.2. Modalidad de la investigación.....   | 53        |
| 1.9.3. Tipos de investigación.....  | 53        |
| 1.9.4. Métodos de la investigación.....   | 54        |
| 1.9.5. Fuentes y técnicas de investigación.....                                   | 54        |
| 1.9.6. Población y muestra .....  | 56        |
| <b>1.10. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>                              | <b>57</b> |
| <b>1.11. DISCUSIÓN FINAL Y CIERRE DEL CAPÍTULO I.....</b>                         | <b>57</b> |
| <b>2. ASPECTOS METODOLÓGICOS DEL PROYECTO.....</b>                                | <b>58</b> |
| <b>2.1. VALIDACIÓN METODOLÓGICA .....</b>   | <b>58</b> |
| <b>2.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....</b>                          | <b>63</b> |
| 2.2.1. Encuestas a turistas .....   | 63        |
| 2.2.2. Encuestas a la comunidad local.....  | 82        |
| 2.2.3. Interpretación de los resultados de las encuestas a pobladores.....        | 89        |
| 2.2.4. Análisis e interpretación de los resultados de las entrevistas.....        | 89        |
| <b>2.3. COMENTARIOS FINALES DE LOS DATOS CONSEGUIDOS EN EL CAMPO.....</b>         | <b>92</b> |
| <b>2.4. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS.....</b>  | <b>93</b> |
| <b>2.5. CIERRE DEL CAPÍTULO II.....</b>   | <b>96</b> |

|   |            |
|---|------------|
| <b>3. “DISEÑO DE UN SENDERO PARA EL AVISTAMIENTO DE AVES MARINAS EN EL SECTOR LA BOQUITA DE LA COMUNA VALDIVIA, COMO ALTERNATIVA DE DIVERSIFICACIÓN TURÍSTICA, ECONÓMICA Y DESARROLLO SOSTENIBLE A PARTIR DEL 2016” .....</b> | <b>97</b>  |
| <b>3.1. PRESENTACIÓN.....</b>   | <b>97</b>  |
| <b>3.2. JUSTIFICACIÓN .....</b>   | <b>98</b>  |
| <b>3.3. DISEÑO DEL SENDERO .....</b>  | <b>99</b>  |
| 3.3.1. Planeación participativa .....   | 99         |
| 3.3.2. Metodología del proyecto .....   | 100        |
| 3.3.3. Diagnóstico del sector .....   | 101        |
| 3.3.4. Selección del tipo de recorrido .....  | 109        |
| 3.3.5. Interpretación ambiental.....  | 110        |
| 3.3.6. Acondicionamientos del terreno.....  | 112        |
| 3.3.7. Señalización y equipamiento del sendero.....   | 115        |
| 3.3.8. Capacidad de carga turística del sendero.....  | 125        |
| 3.3.9. Estudio de los posibles impactos.....  | 134        |
| <b>3.4. DISEÑO DEL MODELO DE GESTIÓN.....</b>   | <b>136</b> |
| <b>3.5. BRANDING Y ESTRATEGIAS DE MARKETING DEL SENDERO .....</b>   | <b>141</b> |
| <b>3.6. DISEÑO ECONÓMICO Y FINANCIERO .....</b>   | <b>147</b> |
| <b>3.7. PLAN DE ACCIÓN .....</b>  | <b>164</b> |
| <b>3.8. RESPONSABLES DEL PROYECTO.....</b>  | <b>165</b> |
| <b>3.9. PRESUPUESTO GENERAL DEL PROYECTO.....</b>   | <b>165</b> |
| <b>CONCLUSIONES .....</b>   | <b>166</b> |
| <b>RECOMENDACIONES.....</b>   | <b>167</b> |
| <b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>   | <b>168</b> |
| <b>ANEXOS.....</b>  | <b>171</b> |

## ÍNDICE DE CUADROS

|   |     |
|---|-----|
| CUADRO N° 1: Proyección de la cantidad poblacional .....                      | 9   |
| CUADRO N° 2: Segmentación por rangos de edades .....                          | 9   |
| CUADRO N° 3: Listado de las cooperativas de transporte terrestre .....        | 12  |
| CUADRO N° 4: Principales actividades productivas por sexo .....               | 13  |
| CUADRO N° 5: División Política local .....                                    | 14  |
| CUADRO N° 6: Listado de atractivos turísticos .....                           | 15  |
| CUADRO N° 7: Establecimientos de restauración.....                            | 18  |
| CUADRO N° 8: Establecimientos de recreación nocturna.....                     | 18  |
| CUADRO N° 9: Establecimientos dedicados a la venta de artesanías locales..... | 19  |
| CUADRO N° 10 Modalidades según el nivel de especialización.....               | 21  |
| CUADRO N° 11: Tipología y modalidad de los recorridos .....                   | 41  |
| CUADRO N° 12: Relación entre la modalidad, métodos y técnicas .....           | 53  |
| CUADRO N° 13: Composición del universo de investigación .....                 | 61  |
| CUADRO N° 14 : Representantes de las entidades entrevistados .....            | 63  |
| CUADRO N° 15: Totalidad de encuestas y entrevistas .....                      | 63  |
| CUADRO N° 16: Frecuencias y porcentajes observados .....                      | 94  |
| CUADRO N° 17: De las frecuencias observadas .....                             | 94  |
| CUADRO N° 18: Frecuencias esperadas .....                                     | 94  |
| CUADRO N° 19: Frecuencias observadas y esperadas .....                        | 95  |
| CUADRO N° 20: Resultados de la aplicación de la fórmula .....                 | 95  |
| CUADRO N° 21: Listado de aves que se aprecian en el sendero .....             | 104 |
| CUADRO N° 22: FODA del sector .....   | 105 |
| CUADRO N° 23: Matriz estratégica FODA .....                                   | 106 |
| CUADRO N° 24: Factores de la CCR.....   | 131 |
| CUADRO N° 25: Cuadro de calificaciones .....                                  | 132 |
| CUADRO N° 26: Indicador “infraestructura” .....                               | 132 |
| CUADRO N° 27: Indicador “equipamiento” .....                                  | 133 |
| CUADRO N° 28: Indicador “personal” .....                                      | 133 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|   |     |
|---|-----|
| TABLA # 1: Valor teórico en la tabla de distribución del Chi-cuadrado ..... | 96  |
| TABLA # 2: Resumen del inventario de atractivos.....                        | 101 |
| TABLA # 3: Composición de los activos.....                                  | 147 |
| TABLA # 4: Mano de obra y materiales .....                                  | 148 |
| TABLA # 5: Gastos de mano de obra .....                                     | 148 |
| TABLA # 6: Gastos de materiales .....                                       | 149 |
| TABLA # 7: Equipos y muebles .....  | 149 |
| TABLA # 8: Equipos y muebles del sendero .....                              | 150 |
| TABLA # 9: Equipos y muebles del Centro de Interpretación .....             | 150 |
| TABLA # 10: Cuenta otros activos.....                                       | 151 |
| TABLA # 11: Costo unitario por colaborador.....                             | 151 |
| TABLA # 12: Valores consolidados de la mano de obra .....                   | 151 |
| TABLA # 13: Personal de administración .....                                | 152 |
| TABLA # 14: Mano de obra directa .....                                      | 152 |
| TABLA # 15: Mano de obra indirecta .....                                    | 152 |
| TABLA # 16: Materiales directos .....                                       | 152 |
| TABLA # 17: Materiales indirectos.....                                      | 153 |
| TABLA # 18: Depreciaciones de activos .....                                 | 153 |
| TABLA # 19: Gasto mensual en suministros .....                              | 153 |
| TABLA # 20: Composición de la carga fabril .....                            | 154 |
| TABLA # 21: Gastos en administración .....                                  | 155 |
| TABLA # 22: Gastos de ventas .....  | 155 |
| TABLA # 23: Valor de la capacidad operativa .....                           | 156 |
| TABLA # 24: Valor total de la inversión .....                               | 156 |
| TABLA # 25: Porcentaje de participación en la inversión .....               | 157 |
| TABLA # 26: Tabla de amortización del préstamo.....                         | 157 |
| TABLA # 27: Costo de producción .....                                       | 158 |
| TABLA # 28: Costo unitario .....  | 158 |
| TABLA # 29: Precio de venta del servicio .....                              | 159 |
| TABLA # 30: Clasificación de los costos .....                               | 159 |
| TABLA # 31: Punto de equilibrio matemático .....                            | 160 |
| TABLA # 32: Ingresos por ventas .....                                       | 161 |
| TABLA # 33: Estado de pérdidas y ganancias.....                             | 161 |
| TABLA # 34: Flujo de caja.....  | 162 |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|  |     |
|--|-----|
| GRÁFICO N° 1: Nacionalidad de los turistas .....                                 | 64  |
| GRÁFICO N° 2: Lugar de origen.....   | 65  |
| GRÁFICO N° 3: Nacionalidad y lugar de procedencia .....                          | 66  |
| GRÁFICO N° 4: Nivel de instrucción .....   | 67  |
| GRÁFICO N° 5: Sexo .....   | 68  |
| GRÁFICO N° 6: Sexo y nivel de instrucción .....                                  | 69  |
| GRÁFICO N° 7: Estado civil .....   | 70  |
| GRÁFICO N° 8: Rango de edades .....  | 71  |
| GRÁFICO N° 9: Motivación de viaje .....  | 72  |
| GRÁFICO N° 10: Actividades turísticas.....                                       | 73  |
| GRÁFICO N° 11: Organización de viaje .....                                       | 74  |
| GRÁFICO N° 12: Conocimiento sobre la comunidad.....                              | 75  |
| GRÁFICO N° 13: Frecuencia de visita .....  | 76  |
| GRÁFICO N° 14: Interesados en conocer el sendero.....                            | 77  |
| GRÁFICO N° 15: Tiempo de participación en recorridos.....                        | 78  |
| GRÁFICO N° 16: Servicios turísticos complementarios.....                         | 79  |
| GRÁFICO N° 17: Atractivos vinculados al sendero .....                            | 80  |
| GRÁFICO N° 18: Medios de contacto y contratación de servicios.....               | 81  |
| GRÁFICO N° 19: Sexo y estado civil.....  | 83  |
| GRÁFICO N° 20: Edad y conocimiento del sector La Boquita.....                    | 84  |
| GRÁFICO N° 21: Conocimiento sobre las aves y aceptación del sendero .....        | 85  |
| GRÁFICO N° 22: El sendero y su vinculación con otros atractivos turísticos ..... | 86  |
| GRÁFICO N° 23: Capacitaciones en servicio al cliente y educación ambiental ..... | 87  |
| GRÁFICO N° 24: Personas que colaborarían con el proyecto .....                   | 88  |
| GRÁFICO N° 25: Activos .....   | 147 |
| GRÁFICO N° 26: Carga fabril.....   | 154 |
| GRÁFICO N° 27: Capacidad operativa .....   | 156 |
| GRÁFICO N° 28: Punto de equilibrio gráfico .....                                 | 160 |

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

|  |     |
|--|-----|
| ILUSTRACIÓN N° 1: Organigrama del cabildo comunal .....                        | 14  |
| ILUSTRACIÓN N° 2: Funcionamiento del sistema turístico .....                   | 20  |
| ILUSTRACIÓN N° 3: Oportunidades que genera el ecoturismo .....                 | 23  |
| ILUSTRACIÓN N° 4: Clasificación de acuerdo a su extensión.....                 | 28  |
| ILUSTRACIÓN N° 5: Principios para una gestión sostenible .....                 | 38  |
| ILUSTRACIÓN N° 6: Metodología para el diseño del sendero interpretativo.....   | 39  |
| ILUSTRACIÓN N° 7: Interrogantes para la P.P. de senderos.....                  | 40  |
| ILUSTRACIÓN N° 8: Temas para el diagnóstico de senderos interpretativos .....  | 40  |
| ILUSTRACIÓN N° 9: Mobiliario básico de los senderos.....                       | 45  |
| ILUSTRACIÓN N° 10: Composición de los costos.....                              | 46  |
| ILUSTRACIÓN N° 11: Proceso administrativo.....                                 | 47  |
| ILUSTRACIÓN N° 12: Pasos para levantamiento de inventarios.....                | 55  |
| ILUSTRACIÓN N° 13: Metodología a seguir en el proyecto .....                   | 100 |
| ILUSTRACIÓN N° 14: Área 1 del sendero .....                                    | 107 |
| ILUSTRACIÓN N° 15: Área 2 del sendero .....                                    | 108 |
| ILUSTRACIÓN N° 16: Área 3 del sendero .....                                    | 109 |
| ILUSTRACIÓN N° 17: Tipo de recorrido para el sendero .....                     | 109 |
| ILUSTRACIÓN N° 18: Vista interna del centro de interpretación ambiental .....  | 111 |
| ILUSTRACIÓN N° 19: Vista externa del centro de interpretación.....             | 111 |
| ILUSTRACIÓN N° 20: Espacio para el paso del turista.....                       | 112 |
| ILUSTRACIÓN N° 21: Drenajes .....  | 113 |
| ILUSTRACIÓN N° 22: Enrocado para los bordes del sendero.....                   | 113 |
| ILUSTRACIÓN N° 23: Medidas del puente y vista aérea .....                      | 114 |
| ILUSTRACIÓN N° 24: Vista lateral del puente y medidas de los pasamanos .....   | 114 |
| ILUSTRACIÓN N° 25: Vista lateral de las escalinatas .....                      | 114 |
| ILUSTRACIÓN N° 26: Vista lateral de las pasarelas sobre pilotes de madera..... | 115 |
| ILUSTRACIÓN N° 27: Dimensiones de los pictogramas .....                        | 116 |
| ILUSTRACIÓN N° 28: Pictogramas informativos (actividades turísticas).....      | 116 |
| ILUSTRACIÓN N° 29: Pictogramas informativos (elementos de apoyo) .....         | 117 |
| ILUSTRACIÓN N° 30: Pictogramas preventivos .....                               | 117 |
| ILUSTRACIÓN N° 31: Pictogramas restrictivos.....                               | 118 |
| ILUSTRACIÓN N° 32: Vista frontal de la mampara principal .....                 | 119 |
| ILUSTRACIÓN N° 33: Vista lateral y medida de la caída del techado .....        | 119 |
| ILUSTRACIÓN N° 34: Vista de la mampara principal con su contenido.....         | 120 |
| ILUSTRACIÓN N° 35: Vista de la mampara secundaria con su contenido .....       | 120 |
| ILUSTRACIÓN N° 36: Medidas de los paneles .....                                | 121 |
| ILUSTRACIÓN N° 37: Prototipo del contenido de los paneles verticales .....     | 121 |
| ILUSTRACIÓN N° 38: Prototipo del contenido de los paneles horizontales.....    | 122 |
| ILUSTRACIÓN N° 39: Medidas de la torre de observación.....                     | 122 |
| ILUSTRACIÓN N° 40: Modelo y medidas de las bancas.....                         | 123 |
| ILUSTRACIÓN N° 41: Modelo y medidas de las mesas para picnics .....            | 123 |

|   |     |
|---|-----|
| ILUSTRACIÓN N° 42: Modelo y medidas de los tachos de basura ..... | 124 |
| ILUSTRACIÓN N° 43: Modelo de los equipos de camping.....          | 124 |
| ILUSTRACIÓN N° 44: Modelo de la canoa .....                       | 125 |
| ILUSTRACIÓN N° 45: Diseño organizacional .....                    | 139 |
| ILUSTRACIÓN N° 46: Ícono del sendero .....                        | 142 |
| ILUSTRACIÓN N° 47: Slogan para el sendero .....                   | 143 |
| ILUSTRACIÓN N° 48: Trademark + Slogan .....                       | 144 |
| ILUSTRACIÓN N° 49: Modelo de tríptico .....                       | 145 |
| ILUSTRACIÓN N° 50: Modelo del flyer (hoja volante) .....          | 145 |
| ILUSTRACIÓN N° 51: Banner de bienvenida a la comunidad .....      | 146 |
| ILUSTRACIÓN N° 52: Página Web para el sendero .....               | 146 |



## INTRODUCCIÓN

La preocupación por el cuidado del medioambiente alrededor del mundo es notoria, diariamente se generan pensamientos, congresos o teorías en pro del cuidado del planeta, es por ello que muchas de las naciones tratan de potencializar áreas de producción que generen el mínimo impacto.

El turismo por su naturaleza conservacionista, permite a los países captar ingresos a través del cuidado de sus recursos (naturales, sociales, culturales, etnográficos o patrimoniales), por esta razón ha llegado a convertirse en una prioridad, especialmente para los países en vías de desarrollo.

Ecuador es un estado que a pesar de asentarse en una reducida extensión territorial, posee gran cantidad de rincones únicos, disponibles para el goce de personas a quienes les gusta viajar; haciéndose merecedora a muchos reconocimientos y galardones internacionales, que le han concedido ser un destino líder en el mercado.

En la región costa destacan las comunidades de la provincia de Santa Elena que contienen una variedad de puntos estratégicos, llenos de encanto para los turistas nacionales y extranjeros que la visitan, pudiéndose disfrutar de variados escenarios y productos.

Valdivia es un diminuto centro poblado ubicado al norte, en la parroquia Manglaralto, con gran renombre patrimonial, tomó impulso en el ámbito turístico cultural en los años 80's, alcanzando un prestigio importante a nivel nacional e incluso internacional; cuenta con una riqueza de atractivos de gran valor, pero que requieren de procesos de turistización, especialmente de los organismos del sector público o privado. Todos estos factores la hacen un objeto de estudio importante para el planificador del desarrollo turístico, repercutiendo en su selección como tema de graduación.

Para el presente estudio se ha considerado a La Boquita, lugar de belleza singular y de gran importancia cultural para los moradores, donde se pretende articular a los recursos: río, estuario, mitos, leyendas, y pesca tradicional en un nuevo sendero; que aporte a diversificar la oferta, complementando a las tendencias actuales de sol y playa o visita a museos.

En concordancia con el cambio de preferencias y gustos de los turistas, se pretende incursionar en un turismo de naturaleza y ecoturismo, a través del diseño de 2 actividades; el senderismo complementado con el avistamiento de aves, que deben ser debidamente planeados para proporcionar una experiencia de calidad al turista, generar fuentes de empleo u oportunidades de negocios para los pobladores y supremamente aportar en la conservación de la biósfera.

El estudio procura convertirse en un referente para colectividades con ecosistemas playeros lacustres que presenten potencialidades similares, por lo que ha sido rigurosamente planificado siguiendo los estándares sugeridos por la Asociación Española de Senderismo que conlleva al mínimo impacto ambiental y al mismo tiempo está basado en los principales planes de desarrollo del país PLANDETUR y Plan Nacional para el Buen Vivir, convirtiéndola en un proyecto factible.

Plantea la siguiente suposición: *El diseño de un sendero para el avistamiento de aves marinas incide sustancialmente en la diversificación turística y desarrollo sostenible del sector La Boquita de la comuna Valdivia*, misma hipótesis que se comprobó mediante la prueba Chi cuadrado, y de un proceso arduo de investigación presentada en tres capítulos acordes con el formato establecido por la Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Para el *Capítulo I* o marco referencial, se presenta información recabada durante el diagnóstico, acerca de la geografía, historia, demografía, política, interculturalidad y situación turística, al igual que las diferentes bases

conceptuales que tienen concordancia con cada uno de los indicadores que conforman las variables.

Una vez establecidas las teorías enfocadas a cada variable, se procedió a la elaboración de la metodología a seguir, que pertenece al *Capítulo II* definiendo el tipo, modo, métodos, técnicas e instrumentos a ser aplicados en la investigación en dos escenarios campo y laboratorio, la primera enfocada a visitas periódicas a la comunidad, y la segunda a consultas en diversas fuentes bibliográficas.

A partir de este proceso surgieron los parámetros que dan indicios a la posible solución de la problemática identificada, convirtiendo a los datos recabados de los involucrados directos (turistas, pobladores locales y representantes de las oficinas de desarrollo), en las características básicas del nuevo sendero.

El *Capítulo III*, contiene todo lo referente al diseño de la propuesta donde se expresan todas las actividades, y se grafican todos los planos del posible mobiliario y equipamiento turístico; que permitan desenlazar un verdadero proceso de turistización que apunte al desarrollo sostenible del sector y de Valdivia en general, incluye un análisis financiero el cual determina el costo total de la inversión y los principales indicadores VAN (Valor actual neto) y TIR (Tasa interna de retorno).

Finalmente se plantean las conclusiones y recomendaciones que son el resultado del análisis continuo durante la elaboración de los tres capítulos que componen la presente tesis de grado.

## **CAPÍTULO I**

### **1. VALDIVIA Y SU POTENCIAL PARA EL ECOTURISMO**

#### **1.1. CONTEXTO GEOGRÁFICO Y AMBIENTAL**

##### **1.1.1. Ubicación**

En el km 42 de la vía Guayaquil – Montañita, dentro de la ruta E 15, se encuentra la Comuna Valdivia, patrimonio cultural desde 1997, tras el descubrimiento de vestigios arqueológicos que son indicios de la presencia de una de las culturas más antiguas, razón por la cual lleva el renombre de “*cuna de la nacionalidad americana*”.

Pertenece a la parroquia Manglaralto del cantón Santa Elena en la pujante provincia de Santa Elena; ofrece diferentes atracciones naturales, como su extensa playa, manglar con potencial para el avistamiento de aves y cerro de 220 metros de alto que se convierte en un mirador. También las manifestaciones culturales y/o folklóricas de su gente, más las construcciones para potencializar el turismo, como museos, acuario, plazoleta, monumentos, parques e iglesia; la convierten en una localidad con gran potencial.

En el detalle del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial elaborado por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Manglaralto (2011), se aprecia que la temperatura varía entre 12 y 24° C y la humedad oscila entre el 70 y 80%.

##### **1.1.2. Dimensión territorial y límites**

Revisando la declaratoria de patrimonio elaborada por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, (1997) se obtuvo que esta localidad cuenta con una extensión

de 1.572 hectáreas. Presenta una proyección creciente al norte, debido a que los terrenos cedidos por el cabildo actualmente se dan en dirección a la ciudadela La Nueva Unión, conocida comúnmente como “Eviscerado” cerca de Playa Bruja y la comuna Libertador Bolívar.

Esta pequeña extensión de territorio cuenta con los siguientes límites: Al norte con la comuna Atravesado (Libertador Bolívar), al sur con la comunidad de San Pedro, al este con la localidad de Sinchal y al oeste se encuentra bañada por el Océano Pacífico.

## **1.2. CONTENIDO HISTÓRICO DE LA POBLACIÓN**

Valdivia, ostenta una rica y basta historia, que tiene su inicio con la presencia de grupos humanos antes de la época republicana, seguida del progreso obtenido por la organización como cabildo comunal y el progreso en temas de turismo, las cuales se relatan a continuación.

### **1.2.1. Reseña histórica de la comuna Valdivia**

En un documento denominado reseña histórica de la comuna Valdivia, que reposa en los archivos de la casa comunal, se relata que dentro del año 1861 llegaron personas originarias de El Morro, Chanduy, Playas y otros, buscando alimento y agua que les permitan sobrevivir junto a sus familias, fundando sus caseríos en La Tola. En 1951 se construye la escuela con el objetivo de fomentar la educación básica, un año más tarde (1952) se genera una deforestación ocasionada por la cimentación de la línea férrea y por la producción de carbón.

Desde 1960 a 1973 se dan tres importantes acontecimientos socioeconómicos: en 1960 la fundación Eugenio Espejo imparte un curso técnico de manufactura para elaborar calzado de mujer, iniciando esta actividad económica, también en 1966 se establecen nuevas fuentes de empleo, por la aparición de la fábrica enlatadora

cuya razón social era “PARODI” y se reorganiza la comuna en 1973, logrando obtener vida jurídica mediante decreto supremo N° 142 sancionado el 30 de Julio.

El año 1978 fue fructífero en cuanto a ciencia, educación y deporte debido a que en este periodo se efectúa la primera jornada de arqueología, se construyen el museo arqueológico, el colegio agrónomo y aparece el club 16 de Julio. Después se logra la cimentación del subcentro de salud en el año 1984, la academia de sastrería en 1988 y la ampliación de la iglesia en el año 1990.

En 1995 se establece la empresa INDUVAL, un año después (1996) se crea el acuario trayendo diferentes especies, posteriormente durante el año 1997 logra la declaratoria como Patrimonio Cultural de la Nación, razón por la cual se implementa el primer monumento enfatizado a la Venus. En el año 1998, el colegio logra incluir otra especialización, por lo que se le establece como colegio técnico.

Ya en el año 2000, se da la regeneración y adoquinamiento de calles, así como el arreglo al monumento. La comunidad recibe ayuda de los diferentes gobiernos locales tales como Municipio, Prefectura y Junta Parroquial en temas de su competencia como el arreglo y ampliación de la iglesia en el año 2008, la aplicación del plan de recuperación ambiental y la regeneración del Acuario Valdivia, obra que no pudo ser inaugurada porque no cumplía con los requerimientos idóneos en el año 2009.

Seguidamente en el 2010 se implementa la plazoleta, destinándola como punto estratégico para la realización de eventos y en el 2011 se da la construcción del alcantarillado sanitario y se comienza con las construcciones del Parque Marino.

A continuación, en el año 2013, la prefectura de Santa Elena, realizó la regeneración de la Calle Malecón, 9 de Octubre y el Parque Principal. Luego en el 2014, se hacen realidad el Estadio Valdivia y el centro de desarrollo comunitario.

### 1.2.2. Origen y evolución de la industria turística local

El turismo nace en el año 1950, cuando el arqueólogo Emilio Estrada Icaza junto a su grupo de trabajo, realizaban visitas frecuentemente por motivo de estudios que rendirían frutos en el año 1955. Pues según el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador, (1997) los vestigios encontrados permitieron reconocer que en grandes zonas de este territorio permanecen en el subsuelo estratos arqueológicos de distintos periodos culturales, destacándose Valdivia, Engoroy, Guangala y Manteño-Huancavilca.

Por el año 1978, se intenta incursionar en el turismo cultural y arqueológico, con la construcción del Museo Valdivia como aporte de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura (UNESCO), sin embargo dicha iniciativa fracasaría, por lo que tuvo que cerrar sus puertas al público.

El 11 de octubre de 1981 se presenta otro hallazgo patrimonial importante, pues se localizan vestigios de la cultura Guangala, en los terrenos de la familia Ángel Aquino, cuando el señor Fernando Ángel se disponía a construir su morada en la calle Guayaquil.

Por el año 1985, el señor Joselito Ángel, establece el Museo Las Calaveras, tras haber adquirido varias piezas arqueológicas (restos humanos y cerámico-ceremoniales). Ya en 1996 se reactiva el museo arqueológico, gracias a estudios de innovación realizados por el equipo de arqueólogos Erick Mieles, Paola Visse y Vilma Cedeño. En ese mismo año se establece en la playa, el Acuario Valdivia que activaría y potenciaría el turismo receptivo en la localidad.

Un año posterior (específicamente el 21 de Marzo de 1997) se logra, la declaratoria de Patrimonio Cultural de la nación, mediante Acuerdo N°663 del Ministerio de Educación y Cultura, la declaratoria implicaba que el área arqueológica queda protegida de alteraciones y daños.

Hasta estos momentos, la actividad estaba enfocada a la visita de centros llámense museos o acuario. Luego, en el año 2001 con el aporte del Centro de Promoción Rural (CPR) en coordinación con la fundación Ayuda en Acción, se establece el paradero turístico, permitiendo que se active la modalidad sol y playa.

Ya por el año 2008, se da el arreglo y ampliación de la iglesia propiciándole de una arquitectura contemporánea muy llamativa, un año posterior se da el primer proyecto destinado al acuario, mismo que no tuvo el éxito esperado por falencias en las especificaciones técnicas necesarias para el cautiverio de las especies existentes, ocasionando que el establecimiento tenga que desplazarse hacia un local provisional.

En el 2010, se establece la plazoleta, inmediatamente en el 2011 se construye el Parque Marino cerca de Playa Bruja, el mismo que no ha podido ser inaugurado, debido a que las piscinas no cumplen con las características técnicas necesarias.

Al 2013 se practican adecuaciones en el malecón San Pedro – Valdivia mejorando el panorama de la playa. Finalmente en el 2014, se establece el Centro de Desarrollo Comunitario Valdivia, detrás de la casa comunal, donde los moradores la utilizan como una sala de eventos para bautizos, matrimonios, graduaciones y quinceañeras.

### **1.3. SITUACIÓN DEMOGRÁFICA**

#### **1.3.1. Población existente**

Según datos extraídos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial PDOT del GAD Manglaralto, (2011) el número de habitantes, hasta el 2010 fue de 8.726 personas, con una tasa de crecimiento anual del 2,57%. Estos valores permiten establecer la cantidad poblacional actual que es de 9.762 personas, tal como se describe en el cuadro siguiente:



CUADRO N° 1: Proyección de la cantidad poblacional

|                          | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|--------------------------|------|------|------|------|------|------|
| <b>Población por Año</b> | 8726 | 8924 | 9127 | 9334 | 9546 | 9762 |
| <b>Variación Anual</b>   | 198  |      | 207  |      | 217  |      |

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado de Manglaralto, (2011)

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

En el mismo PDOT se observa a la población en grupos de edad, donde imperan los adultos desde los 20 a los 59 años pues cubren el 48.61%, seguido de niños y jóvenes de 0 a 19 años que pertenecen al 42.71%, y los adultos mayores desde los 60 años en adelante, envuelven al 8,67% restante. Mientras que el 52% de las personas pertenecen al género masculino, y el 42% al género femenino, teniendo un índice de masculinidad de 106,2 hombres por cada 100 mujeres.

CUADRO N° 2: Segmentación por rangos de edades

| GRUPOS DE EDAD | % PDOT MANGLARALTO | VALDIVIA     |
|----------------|--------------------|--------------|
| 0 – 9          | 23.25%             | 2029         |
| 10 – 19        | 19.46%             | 1698         |
| 20 – 39        | 31.39%             | 2739         |
| 40 – 59        | 17.22%             | 1503         |
| 60 y más       | 8.67%              | 756          |
| <b>TOTAL</b>   | <b>100%</b>        | <b>8.726</b> |

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado de Manglaralto, (2011)

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

### 1.3.2. Vivienda

Analizando los resultados del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, (2010), se obtiene que el 83% de viviendas en la parroquia Manglaralto son casas o villas, de las cuales el 76,11% fueron edificadas con bloque o ladrillo, mismas que se encuentran en buen o regular estado, ya que según la apreciación de este instituto, el 80,3% de los hogares censados dieron esta respuesta.

Los comuneros pueden solicitar y obtener su vivienda a través del Ministerio de Desarrollo y Vivienda, Fundación Hogar de Cristo o la Fundación Manuela Espejo que dota de viviendas a personas con capacidades especiales.

### 1.3.3. Educación

El centro de educación inicial, es el C.I.V.B. (Centro Infantil para el Buen Vivir) llamado Rayitos de Luz que cuenta con 6 promotores, para atender a 50 niños que tienen edades entre 2 a 4 años.

El sector primario está dado por el Centro de Educación Básica Francisco de Miranda que imparte clases a estudiantes desde primero de básica hasta el décimo año, atendiendo a 1.000 estudiantes aproximadamente, también la institución encargada de la preparación secundaria, es la Unidad Educativa Valdivia, que atiende a 3.600 estudiantes aproximadamente.

### 1.3.4. Salud

El Hospital Manglaralto es el más cercano, que según información del PDOT, da cobertura aproximadamente a 60 mil personas al año y en caso de pacientes con gravedad, son trasladados al Hospital General Dr. Liborio Panchana.

Cuenta con un Subcentro del Ministerio de Salud ubicado en el Barrio La Tola, que atiende de Lunes a Viernes, desde las 08:00 a 16:00. Los médicos de esta institución son: odontólogos, obstetras y doctores de medicina general. También existen otros centros de salud cercanos tales como la Fundación Futuro Valdivia y el Centro de Estimulación y Rehabilitación de Lenguaje y Comunicación (CERLECO) en la comuna San Pedro.

### 1.3.5. Salubridad

La Empresa Municipal de Salubridad (EMASA), es la encargada de los servicios de recolección de desechos sólidos, que ha destinado 2 vehículos con su respectivo personal para esta comunidad. Los días de recolección son lunes, miércoles y viernes.

El alcantarillado sanitario, fue inaugurado durante el año 2011, para las calles, Mariano Merchán, 16 de Julio, Guayaquil, y 24 de Mayo. Los demás sectores de la comunidad carecen de este servicio manejando aún pozos sépticos.

#### 1.3.6. Agua potable y energía eléctrica

La Junta Regional de Agua Potable Valdivia es la encargada de abastecer del líquido vital al 90% de la comunidad que cuenta con este servicio, durante los 365 días del año, pero en los horarios de 09:00am hasta 09:00pm. Dentro de los hogares existen recipientes de agua (cisternas y tachos) con el fin de poseer reservas, para los tiempos de sequías o de imperfectos técnicos.

La energía eléctrica es un servicio otorgado por la CNEL (Corporación Nacional de Electricidad) otorgando este servicio al 100% de los domicilios y sectores de recreación.

#### 1.3.7. Telecomunicaciones

Las estaciones de televisión sintonizadas óptimamente son Ecuavisa, Ecuadortv, TC, Teleamazonas, Gamatv y Canal Uno. Generalmente la señal es captada a través de una antena de aluminio elevada en una caña de 8 metros de largo o más. Al igual que los servicios de televisión satelital, son prestados por la empresa Directv, teniendo un costo de \$ 20 mensual por el paquete básico.

La radio también es otro medio utilizado con frecuencia, teniendo que las estaciones con mayor aceptación por los pobladores son: Onda Cero, Radio Amor, Antena 3, Disney, La Otra y Genial.

Los servicios de internet y telefonía, son prestados por 3 operadoras radicadas en el país: CNT (Corporación Nacional de Telecomunicaciones), Movistar y Claro mismas que han desarrollado las modalidades fijas y móviles.

### 1.3.8. Seguridad pública

Dentro de la comunidad se evidencian rondas policiales y de personal de tránsito, quienes colaboran con sus servicios, al igual que la estación de bomberos de la parroquia Manglaralto que acudirán al rescate. Dentro de la playa y en periodos de temporada alta existe la presencia de salvavidas, personal de la marina y brigadistas de la Cruz Roja.

### 1.3.9. Vialidad, accesibilidad y circulación

La forma de arribar, es por vía terrestre. Así pues si viaja desde la ciudad de Guayaquil, lo puede hacer en la Cooperativa Interprovincial CLP, que tiene unidades directas hacia Olón. Así como también los buses de LIBERPESA, que abordan en el Terminal Regional Sumpa en la ciudad de Santa Elena, a 45 minutos de la comunidad, escogiendo de entre las siguientes empresas de transporte:

CUADRO N° 3: Listado de las cooperativas de transporte terrestre

| <b>COOPERATIVA</b> | <b>TARIFA</b> | <b>HORARIO</b> | <b>ROTACIÓN</b> |
|--------------------|---------------|----------------|-----------------|
| 2 de Noviembre     | \$ 1,25       | 04:30 – 21:30  | Cada 15 minutos |
| CITUP              | \$ 1,25       | 05:00 – 22:00  | Cada 15 minutos |
| Trans Manglarato   | \$ 1,25       | 05:00 – 20:00  | Cada 30 minutos |
| Reales Tamarindos  | \$ 1,00       | 05:00 – 20:00  | Cada 2 horas    |
| Taxis              | \$ 20         | Indefinido     | Indefinido      |

Fuente: Ramírez, J. (2015)

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

Dentro de esta localidad, se encuentra la organización TRANSAYANGUE, que presta servicios de transfer hacia cualquier punto de la provincia.

### 1.3.10. Economía y producción

Según Peña, Mendoza, & De la Rosa, (2011) tesistas de la Escuela Politécnica del Litoral, la población económicamente activa (PEA) está comprendida por

personas que tienen entre 13 a 60 años. Las principales actividades productivas son la industria del calzado y el procesamiento de peces.

CUADRO N° 4: Principales actividades productivas por sexo

| <b>HOMBRES</b>         |     | <b>MUJERES</b>        |     |
|------------------------|-----|-----------------------|-----|
| Industria del calzado  | 50% | Labores Domésticas    | 70% |
| Procesamiento de peces | 30% | Industria del calzado | 20% |
| Pesca                  | 15% | Procesado de peces    | 10% |
| Agricultura            | 5%  |                       |     |

Fuente: Peña, Mendoza, & De la Rosa, (2011)

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

Los moradores se dedican mayoritariamente a la elaboración de calzado de mujer, teniendo como principales mercados a las ciudades de Guayaquil, Loja, Cuenca y Manabí. El precio varía de acuerdo al tipo de material y acabados, sin embargo se estima un promedio de \$20. Los meses de mayor pedido son: Enero, Febrero, Marzo, Julio, Noviembre y Diciembre. Su principal competencia es el zapato peruano que tiene menor precio.

Por otro lado la empresa evisceradora de peces Nueva Unión contiene al 30% del sexo masculino y 10% del femenino que componen la PEA, donde las personas ganan \$5 por gaveta de pinchaguas limpias. El personal labora diariamente, a excepción de los meses de veda que son Septiembre y Octubre.

La actividad pesquera se divide en 3 áreas, de acuerdo al tipo de arte o redes: La pesca con redes de arrastre se la practica en la orilla del mar, donde se pueden recolectar peces pequeños como: chumumo, pinchagüilla, robalito, parguito, lisa y jurel pequeño. Mientras que la pesca en altamar depende del calendario lunar, considerando que durante el oscuro se encamina en busca de la bola (mancha de peces), para capturar pesca blanca (pargos, robalo, torno, caballa macha, jurel, bonito sierra, sierra, pampano gallina, picudo, albacora, cara y perela). Y en la claridad se utilizan las redes electrónicas para capturar al gallinazo (pampanito), vinñuña, picudo, dorado, toyo, corvina plateada y robalo. Durante los días de

pesca escasa, los pescadores utilizan redes camaroneras pues requiere de menor inversión en gasolina, por los calados cerca de las orilleras.

Los productos agrícolas que se obtienen en las chacras son: sandía, choclo, limón, pepino, piña, melón, papaya, guanábano, ciruela, tomate, pimiento, zapallo, camote, yuca y otros productos clásicos en la costa.

#### 1.4. SISTEMA POLÍTICO Y ADMINISTRATIVO

Valdivia se maneja por el sistema de cabildo comunal, reconocida como zona jurídica social el 30 de Julio de 1937 mediante Decreto N° 142. Los asentamientos están divididos en 3 ciudadelas, 4 barrios y 6 calles.

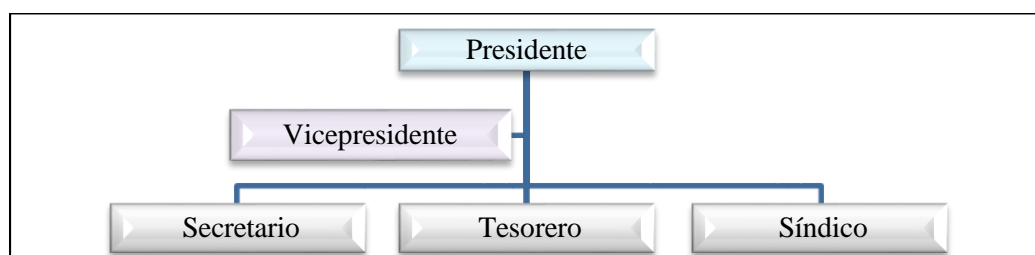
CUADRO N° 5: División Política local

| CIUDADELAS                                  | BARRIOS                              | CALLES  |
|---|--------------------------------------|---|
| Nueva Unión<br>Emilio Estrada<br>El Mirador | Urdesa<br>La Tola<br>Alegre<br>Quito | C. Malecón<br>C. Mariano Merchán<br>C. Guayaquil<br>C. 16 de Julio<br>C. 24 de Mayo<br>C. Santa Elena |

Fuente: Ramírez, J. (2015)  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

El cabildo es la principal organización local, conformada por 5 personas en un periodo de un año, mismo que se muestra en la ilustración 1.

ILUSTRACIÓN N° 1: Organigrama del cabildo comunal



Fuente: Ramírez, J. (2015)  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

## 1.5. SITUACIÓN TURÍSTICA LOCAL

Valdivia es una localidad de hermosos paisajes, de gran riqueza cultural-patrimonial, con gente sencilla, amable, trabajadora y muy devota a su patrona La Virgen del Carmen; todo aquello la convierten sin duda alguna, en una comunidad con mucho encanto, que presenta índices crecientes de desarrollo.

### 1.5.1. Atractivos turísticos locales

El término atractivo se lo puede entender como la materia prima para el turismo, o el conjunto de atributos que ocasionan desplazamiento de personas. Para fortalecer este término, el Ministerio de Turismo Ecuador, (2004) afirma que *“Son el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante”*

CUADRO N° 6: Listado de atractivos turísticos

| ATRATIVOS NATURALES     | ATRATIVOS CULTURALES             |
|-------------------------|----------------------------------|
| Playa                   | Museo Valdivia                   |
| Cerro y Mirador Natural | Museo El Ángel                   |
| Estuario La Boquita     | Museo Las Calaveras              |
|                         | Manifestaciones socio-culturales |
|                         | Acuario                          |

Fuente: Ramírez, J. (2015)

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

**Museo Arqueológico Venus Valdivia:** Su contenido principal es la cultura Valdivia temprano (3500 A.C.) a través de los entierros y vasijas. Dentro del museo se pueden apreciar esqueleto humano, vasijas en perfecto estado, y ejemplares de cerámica pertenecientes a esta cultura. También posee artículos originales y réplicas de otros asentamientos prehispánicos: Machalilla, Guangala, Valdivia, Manteña y Chorrera. Atiende desde el martes hasta el sábado, desde las 08:00 AM hasta las 06:00 PM, según anuncia la Empresa Municipal de Turismo (EMUTURISMO) en su portal web.

**Museo El Ángel:** Posee vestigios de la cultura Guanagala (300 – 700 años A.C.). En el hogar de la Familia Ángel Aquino se encontraron restos humanos, junto a sus pertenencias como vasijas completas, oxidianas, taladros de concha, pulidoras de vasijas, sellos, hachas de piedra, tortero de cerámica, patas de polípodos, cachos de venado, collares de conchas, pipas para coger agua, flauta de huesos y concha perla. Por la posición de yoga que tenían los cuerpos (yoga o flor de loto), se presume que son de procedencia asiática. Las osamentas tienen una profundidad de 45 cm, según la guía Ángel Betty,(2015).

**Museo Las Calaveras:** Ubicada en plena vía Valdivia – Montañita, de propiedad del señor Ángel Joselito, (2015) quien a lo largo del tiempo ha ido adquiriendo diferentes réplicas de la cultura Valdivia y Guanagala. Lleva el nombre porque exhibe esqueletos humanos pertenecientes a los caciques de la Cultura Valdivia. Atiende de lunes a domingo desde las 8:00 hasta las 19:00 horas. Además se pueden adquirir diferentes réplicas de osamentas y otras artesanías como hamacas, lámparas, collares y aretes de concha.

**Acuario Valdivia:** Cuenta con diferentes especies marinas que impresionan a los turistas que la visitan, tales como cocodrilo, lobos marinos, tortuga carei, peces consumidos frecuentemente como el pampanito y robalo; también se aprecian mariscos como la langosta chata, y de arena, al igual que la morena o serpiente marina, cangrejo ermitaño, tortuga charapa, estrella de mar de color rojo, la estrella capitán, el caballito de mar, el erizo lapicero y la estrella chocochip y el pepino de mar que se encuentra en peligro de extinción. Adicionalmente se puede encontrar esqueleto de ballena jorobada, de cangrejo monosentoya, y restos de ballenato, langosta zapatilla y pez gato. Dentro de las especies de aves marinas se destacan los pelícanos, piqueros de patas azules, fragatas y pingüinos.

**Las Manifestaciones socioculturales:** Se expresan a través de la actividad productiva de elaborar calzado de mujer, que es reconocido a nivel nacional. En cuanto a gastronomía, la población mantiene platos tradicionales como el aguado



o seco de gallina criolla, picante de pescado salado, escurrido de tollo, y otros típicos de la costa, los cuales pueden ser degustados en las diferentes cabañas comedor ubicadas en la playa. La fiesta patronal se celebra cada año durante los días: 14, 15 y 16 de Julio, donde se evidencian: balconazo artístico, quema de castillo, desfile cívico y baile público con bandas musicales u orquestas.

**Playa:** Atractivo natural delimitado desde la comuna San Pedro, hasta Playa Bruja, cerca de Libertador Bolívar con una extensión de 4 km. Es el escenario para el desarrollo de eventos como campeonatos de surf y reinados.

**Cerro y Mirador natural:** El cerro tiene una altura de 220 m, con vegetación típica de bosque tropical seco. Alrededor de aquello se localizan diferentes fincas o llamadas chacras, donde se cultivan productos de ciclo corto como sandía, melón, limón, ciruela, cereza, pimienta y tomate. Una vez arribado al mirador, se puede apreciar a toda la población y parte de las comunidades vecinas.

**Manglar La Boquita:** El manglar posee una extensión de 5 kilómetros que va desde Playa Bruja, hasta La Boquita, alberga a diversas especies de aves, y plantas acuáticas, la principal forma de acceso es por un camino llamado Mogotes utilizado por pescadores artesanales con atarraya.

#### 1.5.2. Planta turística

Valdivia es un destino que cuenta con diversos establecimientos para la prestación de servicios, sin embargo no todas las áreas han sido abarcadas. La inexistencia de la actividad hotelera, y la reducida área de alimentos de bebidas (A & B) son los principales estrangulamientos

**a.- Establecimientos de restauración:** La tabla muestra la existencia de cuatro cabañas-comedor que establecen un contacto directo con los turistas, que acumulan una capacidad de 120 plazas.

CUADRO N° 7: Establecimientos de restauración

| CATEGORÍA      | NOMBRE DEL LOCAL              | REG. TURISMO | CAP. |
|----------------|-------------------------------|--------------|------|
| Cabaña comedor | Juanita                       | Si           | 30   |
| Cabaña comedor | Las delicias de Nelly         | Si           | 30   |
| Cabaña comedor | Sandrita                      | Si           | 30   |
| Cabaña comedor | Barbarita                     | Si           | 30   |
| Comedor        | Andrea                        | No           | 40   |
| Comedor        | Delicias Manabitas de Mechita | No           | 60   |
| Picantería     | El Pez Feliz                  | No           | 30   |

Fuente: Empresa Municipal de Turismo, (2015) y trabajo de campo  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

**b.- Alojamiento:** Esta localidad cuenta con la disposición de las familias Orrala Plaza, Ángel Yagual y Reyes Yagual para recibir a turistas en sus hogares; también el Museo Arqueológico puede albergar a 10 vacacionistas.

**c.- Actividades turísticas y culturales:**

Discotecas:

Existen diferentes barras y bares, sin embargo, no todos estos establecimientos cuentan con las instalaciones adecuadas para atender a los turistas, tan solo se han seleccionado a dos establecimientos los cuales son:

CUADRO N° 8: Establecimientos de recreación nocturna

| CATEGORÍA | ESTABLECIMIENTO | HORARIO           | REG. TUR |
|-----------|-----------------|-------------------|----------|
| Disco-Bar | Valdivia        | 9:00 PM – 3:00 AM | No       |
| Discoteca | Hollywood       | 9:00 PM – 3:00 AM | No       |

Fuente: Empresa Municipal de Turismo, (2015) y trabajo de campo  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

Artesanías locales:

La colectividad cuenta con diversos emprendimientos en el área artesanal, existen 2 asociaciones de artesanos zapateros “Virgen del Carmen y Calzado Valdivia”, y 7 microempresas dedicadas a la elaboración y venta de réplicas arqueológicas.

CUADRO N° 9: Establecimientos dedicados a la venta de artesanías locales

| CATEGORÍA              | LOCAL               | PROPIETARIO/A     |
|------------------------|---------------------|-------------------|
| Réplicas arqueológicas | Arte Orrala         | Manuel Orrala     |
|                        | S/N                 | Hidalgo Borbor    |
|                        | Artesanías Beltrán  | Roberto Beltrán   |
|                        | Artesanías Valdivia | Agustín Borbor    |
|                        | S/N                 | Walter Cedeño     |
|                        | Museo Las Calaveras | Joselito Ángel    |
|                        | Museo Valdivia      | Comuna Valdivia   |
| Artesanías en general  | S/N                 | Heriberto Bacilio |

Fuente: Empresa Municipal de Turismo, (2015) y trabajo de campo  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

## 1.6. EL TURISMO: CONCEPTO Y MODALIDADES

Es una actividad socioeconómica que consiste en el desplazamiento de personas hacia un sector diferente al de su entorno de residencia, con fines de satisfacer sus necesidades de conocer, en un período menor a 365 días. La Organización Mundial de Turismo, (1995) la define como:

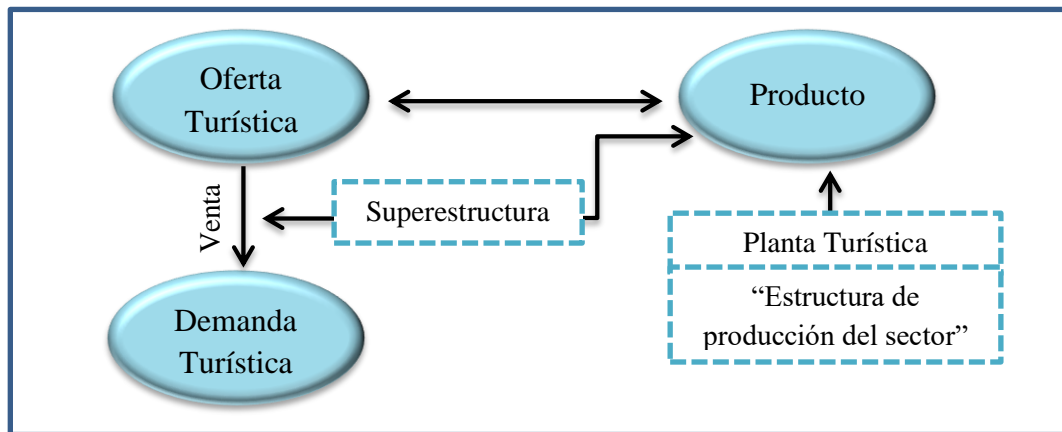
El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros.

Desde mediados del siglo XX ha tenido un crecimiento notorio, alrededor del mundo, las personas organizan viajes con el fin de conocer, dándose la posibilidad de crear empresas tales como operadoras, agencias de viaje, restaurantes, hoteles, discotecas, parques temáticos y más. En tiempos actuales, los países compiten por captar visitantes, tratando de establecer su marca en campañas de difusión.

### EL TURISMO COMO SISTEMA TURÍSTICO

El turismo es considerado un sistema, que integra diferentes elementos que se relacionan entre sí, es por ello que Boullón, (2006) en su teoría considera la relación entre oferta y demanda así como la forma de comercialización.

ILUSTRACIÓN N° 2: Funcionamiento del sistema turístico



Fuente: Boullon Roberto, (2006)  
Elaboración: Rodríguez, G. (2015)

**Demanda:** Servicios y productos que el turista requiere durante su visita.

**Oferta:** Todos los objetos y servicios, puestos a disposición en el mercado. Generalmente son servicios los cuales tienen la característica de ser transitorios (no se pueden almacenar).

**Proceso de venta:** Este proceso considera a dos tipos de turistas; a) el turista potencial o futuro, que requiere que se le ponga a disposición variada información acerca de los principales productos y, b) el turista real o consumidor potencial, el mismo que requiere conocer acerca de las facilidades y actividades existentes dentro de su destino.

**El producto turístico:** Actividades que se pueden efectuar en una localidad determinada y que motivan el viaje. Se la puede interpretar como la alianza entre los atractivos turísticos, la estructura o equipamiento turístico, la infraestructura, y la accesibilidad, existiendo una amplia variedad.

**Superestructura:** Lineamientos que rigen la actividad, pueden ser de dos tipos: a) La superestructura pública (organismos y leyes del sector público) y b) La superestructura privada, (propietarios o gerentes de establecimientos privados).

**El patrimonio turístico:** El patrimonio turístico es la sumatoria de los atractivos, planta, infraestructura y superestructura.

## MODALIDADES DE TURISMO

Existen diversas clasificaciones del turismo, sin embargo se ha considerado la que fue realizada por la Secretaría de Turismo de México, (2004), que distingue entre el anterior concepto en contraste con la nueva concepción.

**El turismo tradicional.-** Basado en el principio masivo (captación de grandes cantidades de personas en un atractivo) de manera que se exige al máximo su capacidad, relacionado con visitas a playas y a ciudades patrimoniales.

**El turismo no tradicional o alternativo.-** Nuevo modo de concebir al turismo, donde el turista es un ente dinámico que requiere involucrarse en las acciones cotidianas de los pueblos, apreciar al patrimonio cultural y ser partícipe en actividades en escenarios naturales.

CUADRO N° 10 Modalidades según el nivel de especialización

| MODALIDAD            | CATEGORÍA                                       | ACTIVIDAD  |
|----------------------|---|--|
| Turismo convencional | Sol y playa                                     | Visitas masivas en la playa, esquí, paseos en motos acuáticas  |
|                      | Actividades culturales en ciudades              | Visitas a sitios históricos en ciudades, a eventos musicales, concursos y ferias en ciudades   |
|                      | Actividades de esparcimiento en lugares lujosos | Visitas a restaurantes, discotecas y casinos anexos, entre otras.  |
| Turismo alternativo  | Turismo cultural                                | Visitas a ruinas, museos o por conocer el patrimonio cultural  |
|                      | Ecoturismo                                      | Talleres de educación ambiental, senderismo interpretativo, rescate de flora y fauna, observación de ecosistemas geológicos, sideral y de atractivos naturales |
|                      | Turismo de aventura                             | Montañismo, rappel, cabalgatas, escalada, espelelismo, ciclismo de montaña y caminatas   |

|  |               |  |
|--|---------------|--|
|  | Turismo rural | Talleres ancestrales, etnoturismo, ecoarqueología, agroturismo, preparación y uso de medicina tradicional, talleres y disfrute gastronómico, fotografía rural, aprendizaje de dialectos y vivencias místicas |
|--|---------------|--|

Fuente: Secretaría de Turismo de México, (2004)  
 Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

**Turismo cultural:** provoca el contacto del turista con el patrimonio, establece actividades relacionadas con el aprendizaje de todo el contenido cultural de una población estos son mitos, leyendas, patrimonio, gastronomía, religión y festividades.

**Turismo de aventura:** vinculado a la práctica de actividades deportivas que impliquen riesgo, conocidos muchas veces como deportes extremos.

**Turismo rural:** es el desplazamiento a zonas alejadas de la urbe, donde el visitante pueda establecer un contacto directo con el folklor local, aprende de aquello y a través de esto genera recursos económicos, de manera que el legado étnico se conserve a lo largo del tiempo.

**Ecoturismo:** Considerado como el viaje ecológicamente responsable, debido a que el ecoturista busca conservar y cuidar los ecosistemas. Plantea el reto de “generar recursos económicos para conservar los recursos naturales y culturales” aplicando diversas actividades que generen el mínimo impacto.

#### 1.6.1. El Ecoturismo: Concepto y perspectivas para su desarrollo en la comuna Valdivia

Es aquel turismo enfocado al uso adecuado de los recursos, que permite su preservación y aporta al desarrollo local. Tal como afirma la WWF (World Wildlife Fund) *“turismo para proteger áreas naturales en una forma de lograr beneficios económicos a través de la preservación del recurso natural”*.

Es por ello que los encargados de la planeación, los servidores turísticos y los turistas deben priorizar la conservación. En concordancia con esta apreciación se considera la definición de Orgaz & Castellanos, (2013)

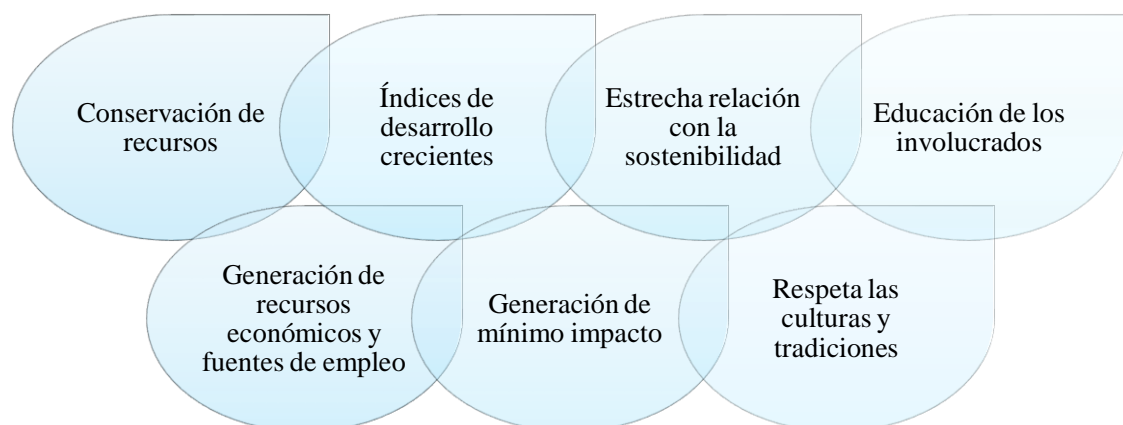
El ecoturismo tiene como características aquellos aspectos relacionados con el disfrute de la naturaleza bajo una actividad de bajo impacto, y con el objetivo de realizarla de forma sostenible, es decir, respetando el medio ambiente y contribuyendo al desarrollo socioeconómico de las poblaciones locales.

En caso de incurrir en actividades de naturaleza que afecten directa o indirectamente se estaría recurriendo a un simple turismo de naturaleza. Drumm & Moore, (2002) aportan con la siguiente definición:

“El ecoturismo ha traído la promesa de lograr los objetivos de la conservación, de mejorar el bienestar de las comunidades locales y de generar nuevas empresas, prometiendo una rara situación siempre positiva”

De acuerdo, con lo antes puntualizado deben destacarse ciertos beneficios de la aplicación y desarrollo de esta modalidad de turismo:

### ILUSTRACIÓN N° 3: Oportunidades que genera el ecoturismo



Fuente: Drumm & Moore,(2002)  
Elaborado por: Rodríguez, G (2015)

## EL ECOTURISMO EN EL ECUADOR

Ecuador, es un país que dentro de sus cuatro mundos, permite disfrutar de variados ecosistemas y paisajes, tales como litorales, bosques, volcanes, nevados, lagunas, islas, entre otras, obteniendo resultados positivos. Esto se refleja en las siguientes cifras: Hasta el cierre del año 2014, recibió a 1.557.006 personas, generando \$120`000.000 en divisas, siendo merecedora de diferentes e importantes reconocimientos a nivel mundial, la Agencia Pública de noticias del Ecuador y Sudamérica, (2015), en su portal publicó las siguientes distinciones:

Ecuador Mejor Destino Verde del Mundo 2014; Quito Destino Líder de Sudamérica en los premios World Travel Awards 2014; FinchBay Eco Hotel, galardonado como el mejor hotel verde del mundo; Cuenca, Mejor Destino de Aventura 2014; el Mejor Tren de Lujo Líder de Suramérica 2014 y The New York Times declaró a Ecuador como un paraíso por descubrir.

Su biodiversidad lo convierte en el pulmón del planeta, tal como revelan datos del Ministerio de Ambiente en su página web ([ambiente.gob.ec](http://ambiente.gob.ec)), Ecuador se encuentra dentro de los 17 países con mayor cantidad de flora y fauna por km<sup>2</sup>, debido a que contiene el 10% de las plantas, 10,7% de vertebrados, 35% de especies de colibríes, 8% de mamíferos, 18% de orquídeas del mundo. Todas estas riquezas han ocasionado que se genere un interés de parte de personas internacionales, generando 1`146.968 arribos en el año 2011. De las cuales el 14,96% según el barómetro turístico, lo hicieron por motivos de ecoturismo y turismo de naturaleza.

## EL ECOTURISMO EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

La provincia de Santa Elena es reconocida por personas nacionales e internacionales, razón que ha permitido que varias de sus comunidades elijan al turismo como su principal fuente de ingresos, tales como Montañita, Olón, Salinas, Ayangue, Libertador Bolívar y San Pablo.



Cuenta con diferentes paisajes (playas, cerros, bosques, manglares, salinas, islote, aguas termales y otros) donde se pueden practicar variadas actividades como canopy, buceo, snorkeling, vuelos en parapente, camping, avistamiento de flora y fauna, senderismo, avistamiento de ballenas, cabalgatas y más. Existen dentro de esta encantadora provincia, varios lugares ecoturísticos tales como: bosques protectores, áreas protegidas y áreas importantes para la conservación de aves.

En 1987 la cordillera Chongón-Colonche, se establece como bosque protector de las cuencas hidrológicas y de los bosques (húmedo y seco tropical). Está dividida en dos áreas: Chongón -Colonche que protege 77649,00 hectáreas y Loma Alta que cuenta con una extensión de 1650 hectáreas. También existen otros remanentes de bosque seco que no ingresaron dentro del bosque protector, tal es el caso de Sube y Baja, Sacachún. Durante el año 1997, se inicia el Programa de Áreas Importantes para la Conservación de Aves (IBAs) que consideran 4 aspectos: especies amenazadas, especies endémicas, especies de distribución restringida a un bioma y congregaciones tal como afirma Freile & Santander (2005). Determinando a 5 en la provincia, que son: la Reserva Ecológica Comunal Loma Alta, Humedales de Pacoa, Lagunas de Ecuasal - Salinas, Represa Velasco Ibarra y Engunga. El MAE (Ministerio de Ambiente) estableció el 23 de septiembre del 2008 la REMACOPSE (Reserva de Producción Faunística Marino Costera Puntilla de Santa Elena), que está dividida por dos zonas: zona costera con una extensión de 173 hectáreas y la zona oceánica de 47.275 hectáreas con el fin de conservar ecosistemas como arrecifes rocosos, aguas costeras, playas de arena, playas mixtas de arena y roca, acantilados, matorral seco y matorral seco espinoso.

## EL ECOTURISMO EN COMUNIDADES DEL NORTE DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

Los principales sectores destinados a la actividad ecoturística son: Dos Mangas, Loma Alta, Olón, Sinchal, Barcelona y La Entrada, donde se pueden apreciar

diferentes actividades, como el procesamiento de la paja toquilla, disfrutar de cascadas, recorrer senderos interpretativos, y adquirir artesanías realizadas por manos locales y con materiales del medio. Se estima en el PDOT del GAD Manglaralto, (2011) “Alrededor del 40% del territorio de la Parroquia Manglaralto tiene ecosistema de bosque húmedo, y una extensa área del mismo se encuentra protegido, siendo parte del Bosque Protector Chongón-Colonche”.

Dentro del territorio Valdivia el ecoturismo inicia con la aparición del acuario comunal en 1997, organización que a la postre en el 2008 sería una organización independiente dirigida por profesionales de esta comunidad. Este atractivo atiende a turistas provenientes de diferentes partes del país y del extranjero, con el fin de conocer las diferentes especies que allí se encuentran.

En la actualidad se ha convertido en un refugio para aves marinas tales como pelícanos, piqueros y gaviotas lastimadas. Sin embargo los 2 proyectos fallidos destinados a la modernización del establecimiento, han ocasionado que sus dirigentes estructuren un local provisional, que actualmente se encuentra funcionando. Existen otras potencialidades, donde destacan el cerro, el mirador natural y el remanente de manglar La Boquita, que posee una extensión de 5 hectáreas, donde se aprecian varias especies de aves y plantas acuáticas, así como cangrejos, e iguanas. Dentro de este atractivo se podrían realizar actividades como senderismo, avistamiento de aves y canotaje.

#### **1.6.1.1. El senderismo como actividad del ecoturismo**

El senderismo tiene su origen en Francia, después de la Segunda Guerra Mundial, donde diferentes estados como Alemania, Holanda, Suiza y Bélgica adaptaron esta actividad, con fines de recreación. Consiste en el desplazamiento de personas por un camino o carretera, (previamente definida) con el fin de conocer las características y bondades de un paraje. Tal como asevera la Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada, (1997):

Senderismo es la actividad deportiva no competitiva, que se realiza sobre caminos balizados, preferentemente tradicionales, ubicados en el medio natural; busca acercar la persona al medio natural y al conocimiento del país a través de los elementos patrimoniales y etnográficos que caracterizan las sociedades preindustriales, recuperando el sistema de vías de comunicación.

Una definición más contemporánea, y que se adapta a las necesidades que tienen los visitantes asiduos de senderos, es la pensada por Melendo, Arbonés, Cancero, Maza, & Lampre, (2002): “Caminar por el placer de hacerlo”. Misma que tiene un concepto sencillo pero de gran significado, estipulando que el deseo inherente de la persona por enlazarse con su entorno natural a través de la caminata, debe primar, para convertirse en senderismo. De tal manera que se pueden establecer diferencias con otras actividades realizadas en el medio natural como montañismo o escalada cuya atracción principal es la dificultad en el acceso.

## DEFINICIÓN DE SENDEROS

La Real Academia Española RAE, sostiene que un sendero “es un camino más estrecho que la vereda, abierto principalmente para el tránsito de peatones y del ganado menor”. Proviene del latín *semitarius*, de *semita*, que significa senda o camino, entendiendo en términos generales que un sendero es una vía de acceso, que se adentra y establece un contacto directo con la naturaleza. Sin embargo no todos los senderos son de carácter recreacional, por lo que es necesaria la diferenciación de los senderos turísticos o interpretativos, considerando que el sendero debe: enseñar, comunicar, y conectar con la naturaleza al visitante. Para fundamentar este término la Asociación Internacional de Ciclismo de Montaña, (2004), lo define de la siguiente manera:

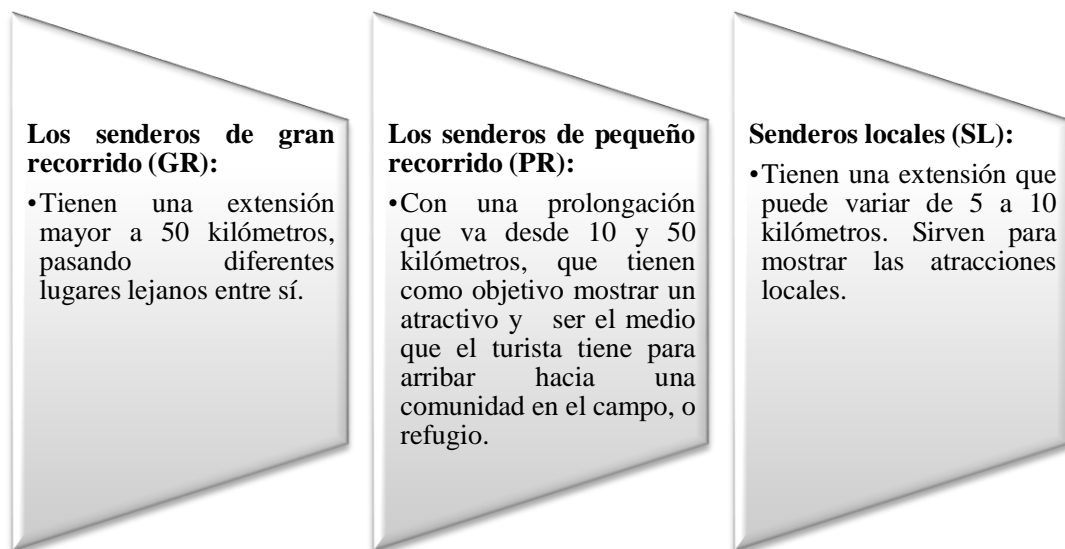
Los senderos interpretativos son una herramienta educativa cuya principal finalidad es la de comunicar sobre el valor de la conservación del patrimonio cultural y la biodiversidad de nuestras comunidades en las diferentes regiones que reciben visitantes, permitiendo el contacto directo de los visitantes con los valores sobre los que se quiere dar un mensaje.

Dentro de los cuales se consideran varios factores, un sendero debe ofrecer un guión o contenido, el mismo que debe ser especificado por el guía o alguna herramienta implementada en el mismo, debe apuntar al disfrute y conservación del recurso, y debe establecer un contacto permanente entre la población local con el turista, asegurando un correcto encuentro entre culturas.

## TIPOLOGÍA DE SENDEROS

Se ha adaptado la clasificación de Lechner, (2004) que instaure 3 tipos de senderos con relación a su extensión, donde destacan:

ILUSTRACIÓN N° 4: Clasificación de acuerdo a su extensión



Fuente: Lechner, (2004)  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

También se ha seleccionado la tipificación de senderos de acuerdo con el propósito y función específica, realizada por el Centro de Investigación y Planificación para el Medio Ambiente, (2014):

**Senderos interpretativos:** Son relativamente cortos y se localizan cerca de las instalaciones de uso intensivo de un Área Protegida Privada (APP), como centros de visitantes y áreas para acampar. (p.6, párr. 5)

**Senderos para excursión:** Son de recorrido más largo. Su función es facilitar el acceso de los visitantes a lugares del APP que tengan un especial valor escénico o ecológico. (p.6, párr. 7)

**Senderos restringidos:** Son mucho más rústicos y recorren amplias zonas del APP, permitiendo llegar a sitios alejados. (p.7, párr. 1)

#### 1.6.2. El avistamiento de aves

El turismo ornitológico tiene sus inicios en Inglaterra, con la aparición en 1889 de la Real Sociedad para la protección de aves, siendo éste el punto de partida para todas las acciones emprendidas en el ámbito ornitológico, según menciona Leguevages y Houliat, (2001). Posteriormente se fue tecnificando y desarrollando con el paso del siglo XX, floreciendo el término inglés birdwatching durante el año 1901 dentro de una publicación ornitológica realizada por Edmund Selous, donde se popularizó esta palabra. (Moss, 2004; De Farías y Alves, 2007)

Es el tipo de turismo relacionado con la apreciación detallada de las diferentes especies de aves dentro de su medio natural o hábitat. Esta conceptualización se fundamenta en la definición realizada por la Subsecretaría de desarrollo turístico de Argentina, (2010) *“La observación de aves es una actividad realizada por personas que buscan conocer, distinguir o simplemente observar aves silvestres en situación de libertad, siempre en contacto con la naturaleza”*. También Fernández, De Ceballos, Carmona, & Maynar, (2007), definen a esta actividad como: *“Aquella modalidad turística que presenta como motivación principal la observación y reconocimiento de especies de aves, avistadas en su entorno natural”*.

##### 1.6.2.1. Zonas para el avistamiento de aves en el Ecuador

Según el diario El Universo, en una publicación del 06 de Mayo del 2012; dentro del Ecuador se han identificado 107 IBAs (Áreas Importantes para la Conservación de Aves), mismas que se encuentran protegidas en 9.143.530

hectáreas, que equivalen al 36% de la totalidad del territorio local, donde se han identificado a 1.659 especies de aves, de las cuales 69 de ellas se encuentran amenazadas a nivel mundial, 64 son amenazadas pero identificadas en las IBAs y 29 de ellas son endémicas. Ocasionalmente se ha considerado el quinto país con mayor diversidad de aves en el mundo, después de Colombia, Perú, Brasil e Indonesia.

Las principales localidades identificadas por la BirdLife International son el Parque Nacional Cajas, la región amazónica, lugares de bosque nublado como la región Nono-Tandayapa- Bellavista- Mindo y la reserva de Loma Alta. Deben contar con grandes cantidades de especies, o contener especies endémicas y/o en peligro de extinción para obtener la identificación como áreas prioritarias para la conservación. Dentro de la actual provincia de Santa Elena se distinguen 5 IBAs: Reserva Ecológica comunal Loma Alta, Humedales de Pacoa, Lagunas de Ecuasal (Salinas), Represa Velasco Ibarra, y Bosque Protector Chongón Colonche.

El Bosque Protector Chongón Colonche, protege a 44.000 hectáreas de terreno, donde se han identificado específicamente en la vertiente occidental (Elao 1992; Becker 1996). Según el PDOT Manglaralto, en el sector se identifica a 20 especies que se encuentran en la categoría de amenaza en peligro a nivel local o regional (EN D) y 4 especies en la categoría de amenaza en peligro crítico a nivel global (CR C2b).

La reserva ecológica Loma Alta, ha protegido 6.000 hectáreas de sus tierras vinculando a recintos aledaños como La Unión, La Ponga y El Suspiro, donde se han identificado 300 especies de aves endémicas según datos de la Prefectura de Santa Elena, (2009). Los humedales de Pacoa y Lagunas de Ecuasal, forman parte de la REMACOPSE (Reserva de producción faunística Marino Costera Puntilla de Santa Elena), protegiendo 1300 ha de terreno, donde se han identificado a más de 200.000 aves, comprendidas en 66 especies de aves migratorias. Mientras tanto la represa Velasco Ibarra mantiene 424 hectáreas para su conservación.

#### 1.6.2.2. Especies de aves identificadas en el estuario La Boquita de la comuna Valdivia

Dentro del estudio de monitoreo de aves marino costeras en el estuario La Boquita de la comuna Valdivia, realizado por estudiantes de la carrera de Biología Marina de la UPSE - Vinculación con la colectividad, (2013), se destacan las 19 especies de aves que se encuentran en el sector, las fotografías pueden ser apreciadas dentro de la guía de interpretación en el Anexo #13.

**Chorlito Collarejo o de Collar (*Charadrius collaris*):** Pertenece al orden Charadriiformes y la familia Charadriidae, ave diminuta de aproximadamente 14 o 15 cm, con actividad diurna, que tiene la espalda y parte superior pardas, y cabeza y franjas laterales de color negro. Tiene manchas blancas en diferentes partes de su cuerpo (frente, y partes inferiores de su cuerpo), luce un collar negro que lo caracteriza, mientras que su pico es recto, corto y de color negro. Los jóvenes se diferencian por tener un color pardo. Vive generalmente en costas y riberas de ríos, humedales y ciénagas, alimentándose de insectos y animales acuáticos (moluscos y crustáceos). Es un ave migratoria, que se reproduce desde el sur de los EEUU, hasta América Central y Sudamérica. Según la BirdLife Association, este tipo de aves no se encuentra en peligro de extinción.

**Chorlito de Wilson o Piquigrueso (*Charadrius wilsonia*):** Pertenece al orden Charadriiformes y la familia Charadriidae, su tamaño va de 16.5 a 20 cm, tiene patas de color rosa pardas, la forma del pico es gruesa, larga y de color negro.

Existen 3 diferencias en el plumaje, ocasionado por su condición, el macho reproductor tiene un manto de color gris pardo y corona negra. La hembra en cambio tiene el manto y coronilla de color café, mientras que el macho en plumaje no reproductivo o los jóvenes del mismo color de las hembras. Se lo puede encontrar en las diferentes costas del Pacífico desde los EEUU hasta el centro de Perú y Colombia, pues habita en playas, bordes de manglares y orillas de

humedales salobres alimentándose de poliquetos, moluscos, cangrejos e insectos y sus larvas. La Birdlife establece que es una especie poco amenazada.

**Chorlito Gris (*Charadrius squatarola*):** Perteneciente al orden Charadriiformes y la familia Charadriidae, tienen como principal característica su cabeza grande y pico grueso, presenta dos tipos de colores en sus alas; de acuerdo con la estación climática, durante el invierno está cubierto de un plumaje gris oscuro con bordes blancos, puesto que se encuentra en plumaje de reposo; mientras que durante el tiempo de frío, su plumaje se oscurece; sus extremidades inferiores son de color negro o gris. Es de contextura pequeña (26 a 29 cm), asemejándose al chorlito dorado, sin embargo se las puede diferenciar por su mancha negra debajo del ala.

Su dieta varía de acuerdo con la estación climática, pues durante los meses de lluvia come gusanos, cangrejos pequeños, y moluscos; mientras que durante el verano se alimenta de plantas pequeñas y semillas, viviendo generalmente en costas y estuarios. Anida en zonas cercanas al Ártico, en Europa, Asia y América del Norte es por ello que se la denomina Chorlito Polar, es un ave migratoria, que realiza grandes recorridos en el invierno hacia las cálidas costas de Australia y Sudamérica. La Birdlife, la ubica en categoría de preocupación menor.

**Chorlito Nevado (*Charadrius nivosus*):** Pertenece al orden Charadriiformes y la familia Charadriidae, que recientemente ha sido elevada a especie, ya que hasta el 2011 se la consideró como chorlito patinegro, es un ave pequeña (de 15 a 17 cm) que se caracteriza por su plumaje blanco cubierto de un manto de color gris pálido.

Tiene manchas negras en el cuello, corona y mejillas, mismas que en tiempos de reproducción varía a un color café; que tiene como hábitats, los ambientes salinos y estuarios, donde se nutre principalmente de pulgas de mar. Es una especie endémica de América de los Estados Unidos y América del Sur, donde los principales países son Ecuador, Perú y Chile. En la actualidad la asociación



Birdlife la ubica dentro de la categoría G3, o Vulnerable, puesto que principalmente en América del Norte, están desapareciendo rápidamente este tipo de especies por la degradación de su ecosistema.

**Playero Manchado (*Actitis macularius*):** Parte del orden Charadriiforme y familia Scolopacidae, mide entre 18 y 20 cm, lleva este nombre porque en su etapa juvenil presenta un manto café oscuro y la parte baja blanca con pequeñas manchas de color negro, dándole un plumaje muy vistoso. En la etapa adulta, las manchas desaparecen de su cuerpo, estableciendo que el ave no crecerá más. Su pico es de color naranja y las patas son cortas de color amarillo; vive en bordes costeros e interiores (manglares, estuarios, ríos), donde cazan sus principales alimentos que son insectos acuáticos y terrestres. Cría en aguas dulces o salobres cerca de Canadá y Estados Unidos pero que migra hacia el Sur (Sudamérica) en tiempos de invierno. Esta especie se encuentra en la categoría poco amenazada.

**Playero Menudo (*Calidris minuta*):** Es un del orden Charadriiformes y la familia Scolopacidae; es un ave pequeña (12 a 14 cm), que tiene un pico muy fino de color negro, su plumaje es gris, combinado con la parte superior blanca, sus patas son de color negro. Durante el periodo de reproducción esta ave muestra una franja naranja en el vientre, y una mancha en forma de “V” de color blanco en el lomo. Tienen como peculiaridad que, tanto machos como hembras pueden encubar los huevos; habitan en marismas costeras o en las riberas de lagos y estanques de agua dulce. Estas aves crecen en el norte de Europa y Asia, migrando durante el invierno hacia las cálidas costas sudamericanas. Se encuentra en estado de conservación menor, declarada por la Birdlife.

**Cigüeñuela común (*Himantopus himantopus*):** Estas aves forman parte del orden Charadriiformes y la familia Recuivirostridae, tienen un tamaño comprendido entre 33 y 36 cm, con patas largas de color rojo, un pico fino largo de color café oscuro. Muestra un plumaje de color blanco, a excepción de las alas que son oscuras, también en la cabeza presenta una mancha de color café claro.

Frecuenta humedales, estuarios, lagunas costeras, zonas pantanosas y lagos poco profundos. Su dieta consiste en invertebrados que son principalmente insectos acuáticos, apareciendo en Asia, Australia, Nueva Zelanda, Arabia, África, Madagascar, Hawái y parte de América. Se encuentra en la categoría Low Caution (sin peligro) o con preocupación menor.

**Zarapito trinador (*Numenius phaeopus*):** Ave de tamaño mediano (40 a 42 cm), que forma parte del orden Charadriiformes y familia Scolopacidae, tiene un pico largo y curvo, característico en los zarapitos, lleva el nombre de trinador por que hace un sonido semejante a un trino silbante. Sus patas son azuladas y su plumaje es de color café oscuro con gran cantidad de manchas de color café claro, mientras que sus cejas son blancas. La diferencia entre machos y hembras radica en el tamaño del pico y el color de las manchas, pues por lo general el pico en las hembras es más pronunciado y las manchas son claras. Se la puede encontrar con facilidad en la península ibérica y gran parte de Europa; realiza recorridos hacia zonas cálidas como África, Australia y América del Sur, habitando playas, estuarios y marismas, alimentándose de invertebrados y materia vegetal. Actualmente se encuentra en un nivel de “interés especial” por conservar la especie.

**Gaviotín Real (*Thalasseus maximus*):** Ave de tamaño mediano (44 cm) perteneciente al orden Charadriiformes, familia Sternidae y género *Thalasseus*, tiene la mayoría de su cuerpo cubierto de plumaje blanco, con una mancha negra en la cabeza en forma de corona, razón por la cual toma el nombre de gaviotín real. Se los localiza en las costas del pacífico desde Canadá hasta el sur de Perú. El portal web NatureService.com afirma que esta ave se encuentra en estado de preocupación menor.

**Gaviota reidora (*Chroicocephalus ridibundus*):** Ave pequeña (34 -37 cm) del orden Charadriiformes y de la familia Laridae, que tiene una capa de color café oscuro durante el periodo de reproducción, y blanco fuera de este periodo. La

cabeza, pecho y espalda son blancos y las alas de color gris oscuro, con una mancha auricular negra; sus patas y picos son de color rojo. La diferencia de sexo radica en el tamaño, pues los machos son más grandes que las hembras. Es migratoria que visita las costas ecuatorianas durante el periodo de reproducción.

Se alimenta de crustáceos, peces pequeños y cierta materia vegetal. Es característica de los países del centro de Europa y actualmente con una presencia frecuente en los países sureños de este continente y que viaja a las costas americanas. Carece de amenazas importantes a escala global.

**Gaviota cabecigris (*Larus cyrocephalus*):** Pertenece al orden Charadriiformes, familia Laridae y género *Chroicocephalus*. Es un ave de 41 cm, posee la cabeza y alas de color gris oscuro, pecho de color blanco, pico y patas de color rojo, con una capucha que cambia de acuerdo al sexo y etapa reproductiva. Vive en zonas pantanosas o humedales, donde normalmente vive en grupos numerosos, alimentándose de peces y crustáceos pequeños, es muy sociable y se las encuentra fácilmente cerca de los puertos pesqueros, por esta razón se la categoriza como de preocupación menor.

**Fragata Magnífica (*Fregata magnificens*):** Ave de gran tamaño (1m) del orden Suliforme y de la familia Fregatidae, que tiene marcada diferencia entre sexo y madurez. El macho adulto es de color negro, con pico gris y bolsa gular rosada, que varía a rojo en tiempos de reproducción, sus patas son negras o castañas.

El pecho de la hembra es blanco, la bolsa gular de color gris que cambia a morado durante los periodos reproductivos, sus patas son negras. Se alimenta de peces y muchas veces obliga a otras aves a regurgitar su alimento, vive en las copas de los árboles pues su tamaño y peso, le dificultan alzar adecuadamente el vuelo, localizándolas en el Océano Atlántico tropical y en el Pacífico desde México a Ecuador, incluyendo las afamadas Islas Galápagos. Se encuentra como una especie en estado de preocupación menor.

**Garceta Nivea (*Egretta thula*):** Ave del orden Pelecaniformes, familia Ardeidae; tiene cuerpo redondo, con patas largas y finas de color negro y amarillo, que le ayudan durante la pesca y que las ayuda a protegerse de cualquier peligro, su cuello tiene forma de “S” con el pico de color negro puntiagudo. Están radicadas cerca de los cuerpos de agua salobre o salada de poca profundidad, ingiere peces pequeños y crustáceos pequeños. Puede ser encontrada fácilmente en la costa ecuatoriana. La preocupación por conservar esta especie es menor.

**Garceta tricolor (*Egretta tricolor*):** Es una especie del orden Pelecaniforme y de la familia Ardeidae, que vive en los humedales al sur de los Estados Unidos hasta las costas del Ecuador y en parte del Perú; tiene una dimensión que va de 56 a 65 cm y pesa 350 gramos. La preocupación por conservar esta especie es menor.

**Garza blanca o real (*Ardea alba*):** Forma parte del orden Pelecaniformes y de la familia Ardeidae, cuenta con un plumaje de color blanco que no varía en todo el año, excepto en las áreas faciales donde una línea negra recorre desde el pico hasta los ojos, el pico es largo, puntiagudo y de color amarillo, que puede cambiar a un tono rojizo en temporada de apareamiento. Puede ser apreciada durante todo el año alrededor del planeta, a excepción de las regiones árticas.

**Garza nocturna (*Nyctanassa violacea*):** Pertenece al orden Pelecaniformes y a la familia Ardeidae y al género Nycticorax; habita en ecosistemas lacustres de aguas dulces, salobres o salados, tales como manglares o en ecosistemas con vegetación alta, se alimenta de crustáceos y mide entre 51 y 60 cm. Es característico de las Américas, pudiéndola ubicar en las costas de este continente; en tiempos actuales, la preocupación por conservar esta especie es mínima.

**Pato cuervo (*Phalacrocorax olivaceus*):** Pertenece al orden Suliforme y familia Phalacrocoracidae, es un pájaro distribuido en todo el continente americano, viven en zonas con presencia de cuerpos de agua, donde se alimenta de peces. El grado de preocupación por salvaguardar esta especie, es baja.

**Pelícano pardo (*Pelicanus occidentalis*):** Es un ave común en las costas de las Américas, en el Océano Pacífico se asienta desde el Caribe hasta las costas del Ecuador, pertenece al orden Pelecaniformes y familia Pelecanidae. Es muy sociable con los pescadores, y muy fácil de encontrar en los puertos pesqueros, se alimenta de peces, ingiriendo un promedio de 3 a 4 libras. La Birdlife la ubica como una especie con poca preocupación por conservar la especie.

**Pelícano peruano (*Pelicanus thagus*):** Es típico de América del Sur, forma parte del orden Pelecaniformes y familia Pelecanidae; se mantiene en islas rocosas, tiene similares características que el pelícano pardo, pero se diferencia por ser de mayor tamaño, alcanzando un promedio de 1.5 metros. Su hábitat es el islote El Pelado, sin embargo se los puede encontrar frecuentemente pescando en la playa cerca al estuario.

### 1.6.3. El desarrollo turístico sostenible

Es un término que plantea retos a largo plazo, de manera que se puedan utilizar los recursos, y que generen beneficios, en el tiempo presente y para las generaciones venideras. Es por ello que se deben conjugar los cinco tipos de desarrollo: económico, social, cultural, ambiental y político; estableciendo sinergias entre elementos.

El Ministerio de Ambiente Ecuador, (2014) concibe al término como:

“El mejoramiento de la calidad de vida humana dentro de la capacidad de carga de los ecosistemas; implican la satisfacción de las necesidades actuales sin comprometer la satisfacción de las necesidades de las futuras generaciones”.

Esta noción permite identificar principios de conservación y uso adecuado de recursos, considerando límites de uso a través de la capacidad de carga y determinando espacios alternativos para la recuperación de los mismos.

### 1.6.3.1 Modelo de desarrollo sostenible

Toda planificación que aspire un desarrollo sostenible, debe aplicar el modelo sugerido por el Programa de las Naciones Unidas para el Medioambiente, a través del manual de Buenas Prácticas de turismo sostenible, que consta de 3 enfoques principales: el sector empresarial o económico, sociocultural y el ambiental.

**A) Enfoque empresarial o económico:** Toda empresa u organización que requiera practicar una administración que apunte a la sostenibilidad, debe planificar su accionar en base a 5 aspectos los cuales van a permitir el progreso económico sin descuidar los demás aspectos importantes.

ILUSTRACIÓN N° 5: Principios para una gestión sostenible



Fuente: Programa de las Naciones Unidas para el Medioambiente, (2005)

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

La **gestión o administración sostenible**, conlleva a que la empresa no consuma, más recursos de los que posee, y brinde una buena atención al cliente así como a la sociedad donde se constituye un negocio. Incluye la **gestión de calidad**, que recurre a la cadena de valor donde cada proceso deberá ser aplicado con un esmero especial que le otorgue un valor adicional.

La **gestión financiera** requiere de un registro óptimo del flujo económico, de fuentes de financiamiento, montos para reinversión y otros. Posteriormente se estipula la **Gestión de seguridad**, para certificar la seguridad laboral dentro y fuera de la empresa. Al final la gestión empresarial debe considerar a la **gestión de mercado y comunicación**, en búsqueda de la integración de todas las áreas de la empresa y el estudio del estado actual de la oferta y demanda.

**B) Enfoque Sociocultural:** El segundo enfoque, apunta a que la empresa deberá contribuir al desarrollo, respetando las culturas y manifestaciones de folklor local, y conservando el patrimonio histórico incluyendo todos los rasgos socioculturales.

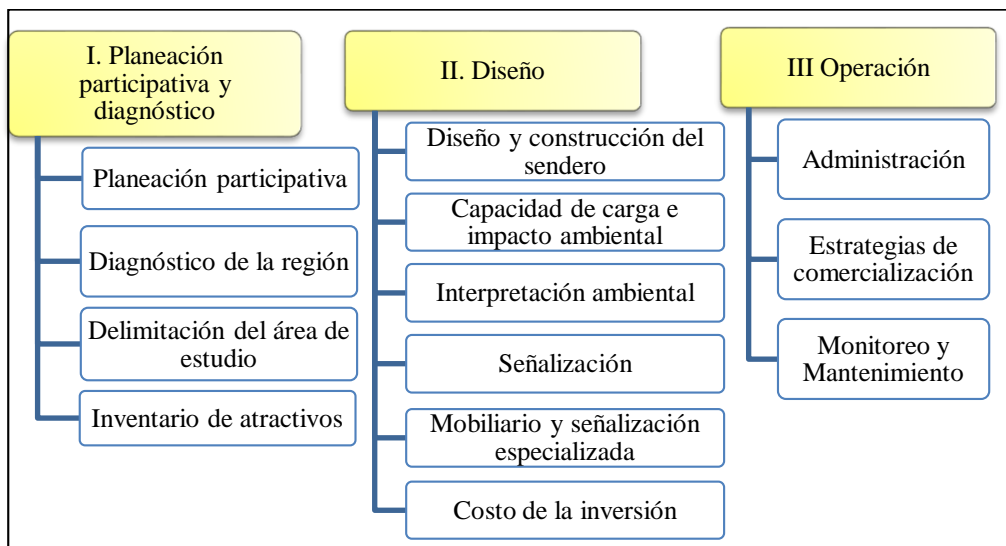
**C) Enfoque Ambiental:** La educación es uno de los pilares fundamentales para la consecución de este tipo de desarrollo, es por ello que la UNESCO, (2005-2014) plantea tras un exhaustivo análisis, el siguiente enunciado: *“La educación para el desarrollo sostenible significa incorporar los temas fundamentales del desarrollo sostenible a la enseñanza y el aprendizaje.”*

## 1.7. METODOLOGÍA APLICADA AL DISEÑO DEL SENDERO

Los senderos interpretativos son herramientas que contienen múltiples funciones, dentro de las cuales menciona la Secretaría de Turismo México, (2004):

Para racionalizar y reducir al mínimo el impacto humano en zonas naturales, como ejes de recuperación del patrimonio natural e histórico, como recurso didáctico e interdisciplinario que favorece la educación ambiental y la recreación en el entorno natural, o para despertar sensaciones y percepciones de los visitantes, entre otras.

ILUSTRACIÓN N° 6: Metodología para el diseño del sendero interpretativo

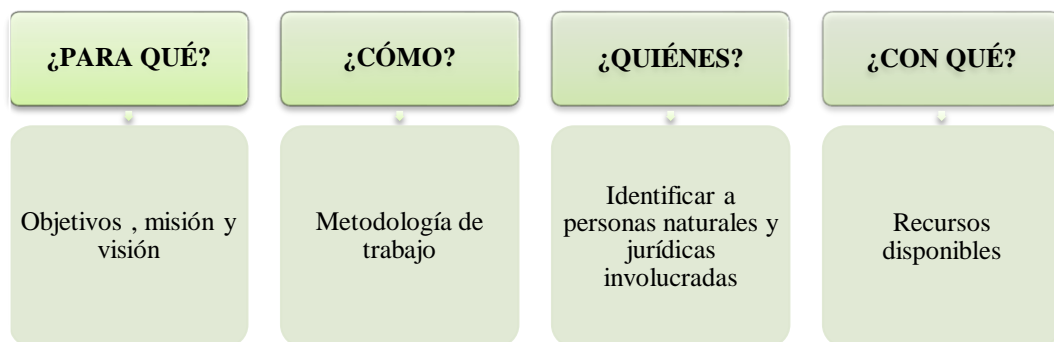


Fuente: Secretaría de Turismo de México, (2004)  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

### 1.7.1. La planeación participativa y diagnóstico del sendero

**La planeación participativa (P.P.):** Debe partir por la identificación de todos los involucrados (personas e instituciones) que podrían aportar y que deberían adquirir un compromiso con el proyecto. Es la sinergia que debe existir entre la población local, las organizaciones y el investigador, definiendo los lineamientos a los cuales debe regirse el diseño del sendero. Es por ello que se debe responder las siguientes interrogantes:

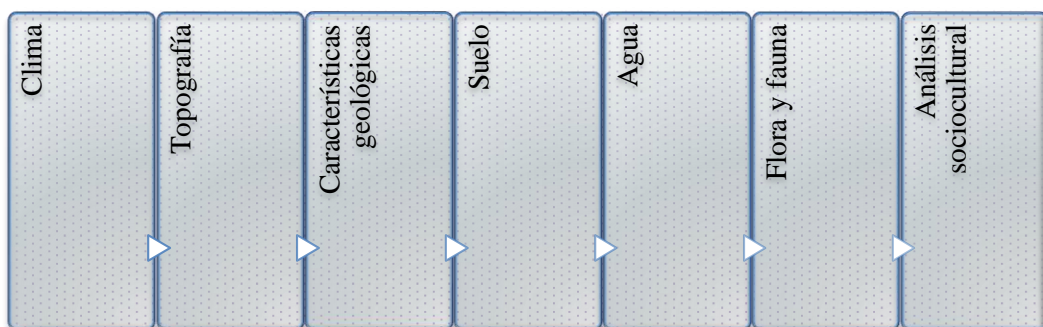
ILUSTRACIÓN N° 7: Interrogantes para la P.P. de senderos



Fuente: Secretaría de Turismo de México, (2004)  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

**Diagnóstico de la región:** Se deben analizar integradamente a todos los elementos del paisaje local, es por ello que se debe considerar el diagnóstico de:

ILUSTRACIÓN N° 8: Temas para el diagnóstico de senderos interpretativos



Fuente: Secretaría de Turismo de México, (2004)  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)



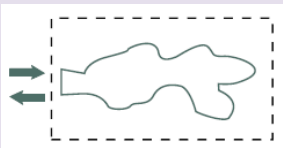
Para la **delimitación del área de estudio**, se necesitan analizar las diferentes características del paisaje donde se establecerá el sendero, de esta manera se establecen los principales puntos de interés que ofrecerá el sendero, e identificar las facilidades con las que contará. Para ello se requiere del diseño de dos mapas, que muestren todos los escenarios existentes (lagos, parques, ríos, etc) y las diferentes rutas, servicios o facilidades.

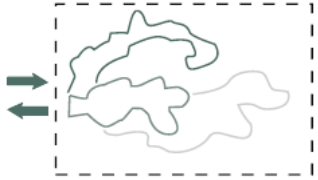

**Inventario turístico**, con el fin de clasificar, y jerarquizar los atractivos que se encuentran dentro del sendero. Es por ello que se debe elaborar una ficha, que contengan todos los datos referentes al sitio, tales como la tipología, su ubicación, clima, accesibilidad, facilidades de turismo, y facultades a ser potencializadas.

#### 1.7.2. Diseño del sendero

El diseño del sendero inicia con la selección del tipo y modalidad de los recorridos, es por ello que la Secretaría de Turismo México, (2004) dentro de su manual propone seleccionar de entre los 3 tipos y modos de recorridos, clasificándolos de acuerdo a su funcionalidad y forma.

CUADRO N° 11: Tipología y modalidad de los recorridos

| TIPO DE RECORRIDO  | MODOS DE RECORRIDO  |
|--|---|
| <p><b>Senderos tipo circuito:</b> recorridos donde el inicio y el final coinciden en la misma zona</p>  | <p><b>Guiados:</b> los senderos guiados contienen rutas previamente definidas y que son mostrados por un facilitador o guía, el mismo que debe organizar grupos no mayores a 20 turistas.</p> |
| <p><b>Sendero multicircuito:</b> De un sendero principal, se desprenden otros senderos, con diferentes niveles de dificultad,</p>  | <p><b>Autoguiados:</b> no requiere de una persona que la guíe, sin embargo si requiere de diferentes materiales con</p>   |

|  |  |
|--|--|
| <p>distancia, duración y atractivos, lo que permite diversificar el área de uso público.</p>  | <p>información de los atractivos, señaléticas de diferente tipo, al igual que íconos con recomendaciones.</p>  |
| <p><b>Sendero lineal o abierto:</b> Recorrido con inicio y final en diferente zona</p>        | <p><b>Mixtos:</b> es la combinación de los dos modos de senderos interpretativos, de manera que una persona dirige los recorridos y les muestra la información utilizando los diferentes paneles informativos.</p> |

Fuente: Secretaría de Turismo México, (2004)  
 Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

### CONSIDERACIONES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE SENDEROS:

Al momento de la implementación, es necesario haber cumplido con diversos requisitos, y tomar en cuenta diversos fenómenos que podrían afectar el proceso, tales como:

- La autorización previa por parte de los organismos de dirección y control.
- Obtener licencias y permisos, especialmente las vinculadas con ambiente y turismo.
- Considerar la estación climática, al momento de realizar los trabajos.
- Comenzar por la limpieza de la maleza que cubre a los senderos, y de las diferentes áreas donde se implementarán facilidades para el turista, tales como área de camping, parqueaderos, centros de interpretación y otras.
- Luego, efectuar las construcciones más fuertes, tales como puentes, miradores, centro de interpretación, escalinatas.

## LEVANTAMIENTO TOPOGRÁFICO POR LECTURA DE AZIMUT

El levantamiento topográfico en grados Azimut utiliza una brújula, que determina la inclinación de un punto hacia otro, con el fin de obtener una gráfica. De esta manera dentro de la brújula el Norte, corresponde a 0°, es decir que no existe inclinación y se mantiene en una recta. Para recabar la información, solo se debe apuntar a un punto de referencia, y tomar los grados de desviación así como la distancia entre puntos, a través de un GPS o cintas de medición de terreno. Durante la traficación de los datos obtenidos se utiliza el eclímetro y graduador.

## CAPACIDAD DE CARGA TURÍSTICA

Es el nivel máximo de aprovechamiento turístico (número de personas), que en una zona puede soportar asegurando una máxima satisfacción a los visitantes y una mínima repercusión sobre los recursos naturales y culturales. (Organización Mundial De Turismo OMT, 1995). Es un parámetro conservacionista muy utilizado alrededor del mundo, que evita la erosión y destrucción rápida de los recursos naturales. Considera tres niveles que según Cifuentes, (1999) son:

**Capacidad de carga física (CCF):** Número máximo de personas que puede acoger en un lugar, relacionando espacio total utilizable con el espacio necesario para cada visitante.

**Capacidad de carga real (CCR):** Toma como referencia a la CCF con el fin de determinar el número de visitas, tomando en consideración a diferentes variables (físicas, ambientales, ecológicas, sociales y administrativas).

**Capacidad de carga efectiva (CCE):** Toma los datos de la CCR, con el fin de identificar el número real de visitantes en un lugar, tomando en cuenta la capacidad de manejo.

## IMPACTO AMBIENTAL

(Nieva, 1995) define a los impactos como: la modificación del ambiente ocasionada por la acción del hombre o de la naturaleza. También la Secretaría de

Turismo México, (2004) propone las siguientes recomendaciones para la mitigación de impactos:

- ✚ Definir bien la ruta, y señalizarlos bien, con el fin de que los visitantes permanezcan dentro de ella.
- ✚ En caso de contar con gran afluencia de turistas, se deben rotar los senderos.
- ✚ Modificar lo mínimo posible el sendero, durante su adecuación
- ✚ Respetar los valores de la capacidad de carga
- ✚ Todos los desechos sólidos deberán ser depositados en tachos recolectores de basura, y no en el sendero.

Para medir los impactos producidos en el suelo se recurre a la metodología aplicada por Ceballos, (1998), que estima que la presión en el terreno es de 0,82kg por persona por centímetro cuadrado, su fórmula es  $0,82/\text{cm}^2$ . Todo este proceso deberá ser complementado con un estudio de los impactos ocasionados a escala social y cultural, con el fin de reducir o mitigar los posibles daños que puedan ocurrir dentro de esta índole, asegurando un completo y serio proceso de planificación del espacio.

## LA INTERPRETACIÓN AMBIENTAL

Es el estudio del medio natural, en esta forma se deben determinar los tipos de especies, paisajes, y actividades organizadas durante los recorridos por el sendero.

**Los centros de interpretación ambiental.-** Son construcciones especiales diseñadas para el cuidado ambiental, así como también puntos de concentración o partida para los recorridos, donde se da una explicación teórica previa, se previene lo que se va a realizar, los equipos necesarios a utilizar, y sirven de base para posibles emergencias que surjan en cualquier momento, o para presentar material audiovisual para fortalecer la educación ambiental.

La interpretación del entorno es indispensable dentro de una planificación efectiva de senderos, ya que es dentro de este punto cuando se define la tipología del sendero, perfil de personas a las que se pretende prestar sus servicios.

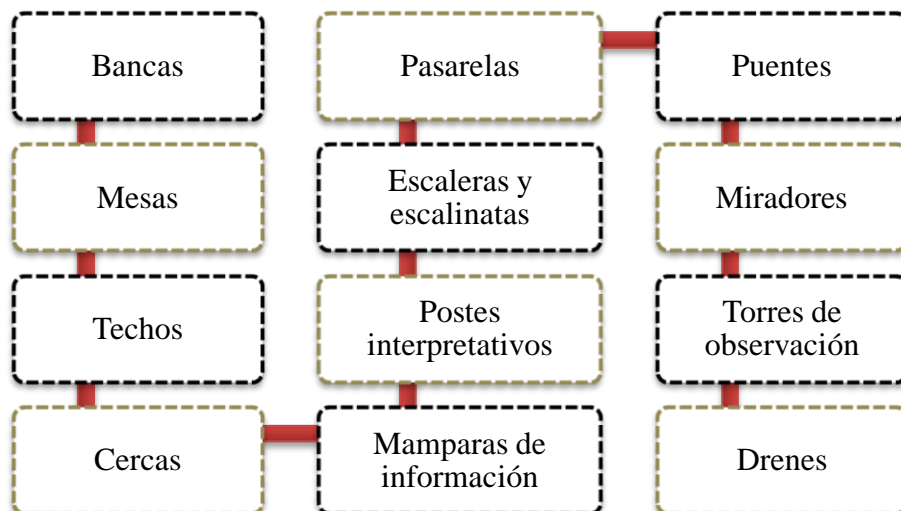
## MEDIOS DE ACCESO AL SENDERO

Caminar, es el medio recomendado para el paso por senderos interpretativos, ya que ocasiona menor impactos en la naturaleza ya sea en el suelo o directamente con las especies animales y vegetales, en comparación con otras actividades como cabalgatas, ciclo paseos, o paseos motorizados. Se incluye también al canotaje como actividad para este sendero, por sus características de ser no motorizado, y por facilitar el paso en el agua.

## MOBILIARIO Y SEÑALIZACIÓN ESPECIALIZADA

**Mobiliario**, es una ayuda o soporte para la interpretación del ambiente, dentro de esta fase se deben determinar todas aquellas estructuras que facilitan el acceso del contenido y disfrute de las bondades que ofrece el sendero.

ILUSTRACIÓN N° 9: Mobiliario básico de los senderos



Fuente: Secretaría de Turismo de México, (2004)  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

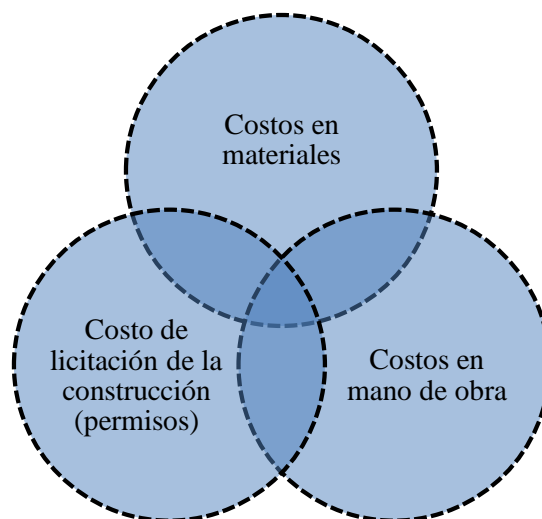
**Señalización**, todo tipo de señalética deberá estar acorde con las condiciones naturales del sector, de manera que se ocasione el mínimo impacto posible del recurso natural. Se deben considerar 3 tipos de señalamientos:

- ✚ **Informativos**, utilizados para proporcionar información relevante como clima, distancia, actividades a desarrollar.
- ✚ **Preventivos**, sirven de aviso para el visitante, con respecto a posibles actividades que pueden generar algún riesgo durante su recorrido por el sendero.
- ✚ **Restrictivos**, para prohibir acciones que afecten al ambiente, especialmente en senderos donde se determinan áreas de alto grado de conservación.

## COSTO DE LA IMPLEMENTACIÓN

Se debe elaborar un listado de todos los posibles gastos que incurrirán en la adecuación del sendero, esto es, la limpieza de maleza y la instalación del mobiliario y señalética. Se deben determinar:

ILUSTRACIÓN N° 10: Composición de los costos



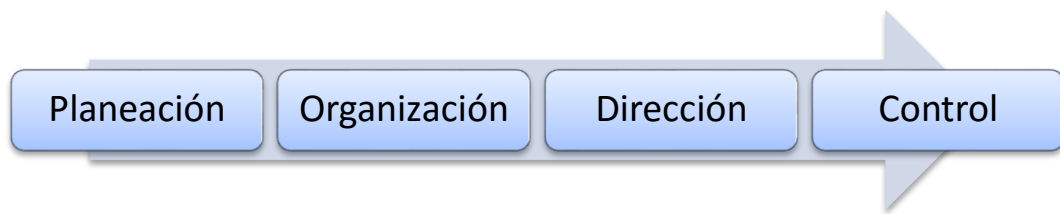
Fuente: Secretaría de Turismo de México, (2004)  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

### 1.7.3. Operación del sendero

## ADMINISTRACIÓN

La administración es la aplicación de procesos, que permiten orientar una empresa en dirección al éxito, de manera que se atiendan todos los aspectos del entorno interno y externo de su emplazamiento, aplicando valor en cada proceso, estos son: mercado, manejo de organización, también la responsabilidad social y ambiental.

ILUSTRACIÓN N° 11: Proceso administrativo



Fuente: Chiavenato, (2007)  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

**Planeación**, esta primera fase de la administración se basa en el establecimiento y fijación de objetivos los cuales requieren de un esfuerzo para poder lograrlo, diferenciando de entre las diferentes clases de planes:

- ✚ Misión: La tarea base del establecimiento
- ✚ Visión: Fin a largo plazo por conseguir con la operación del sendero
- ✚ Estrategias: Objetivos a largo plazo.
- ✚ Políticas: Articulados que orientan las acciones de los involucrados
- ✚ Programas: Tipo de planeación que contiene múltiples planes dentro de sí.
- ✚ Presupuesto: Estimación de los resultados futuros.

**Organización**, es la asignación de responsabilidades para el recurso humano de una empresa. De esta manera se deben tomar en cuenta los 4 criterios de la organización:

- a) División del trabajo
- b) Departamentalización
- c) Jerarquización de los departamentos
- d) Coordinación y comunicación entre departamentos

**La Dirección**, es el proceso consistente para la consideración de las diferencias entre trabajadores de manera que se plantee una gestión eficaz del talento humano, de esta manera el personal deberá atender temas como Motivación y desarrollo del personal. Y el **Control**, es definido como todos los ajustes que deben realizarse, con el fin de mantenerse en el camino que lleva a los objetivos planteados.

## GESTIÓN DE MARCA Y ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

**El branding**, es una herramienta del marketing (mercadeo) que hace referencia al manejo adecuado de una marca con la cual se da a conocer una empresa, producto o servicio, en el mercado y en la sociedad en general. Empieza con la creación de una identidad, por lo que debe tener un nombre, una filosofía, una misión y visión bien definida, de manera que se pueda continuar con la creación de una marca o imagen con la cual se la identificará, la misma que estará compuesta por:

- a) Logotipo, nombre de la marca, que representa a un producto, un servicio o una empresa.
- b) Isotipo, el gráfico con el que se la representa.
- c) Slogan, frase que tiene como objetivo incentivar la compra.

## MONITOREO Y MANTENIMIENTO DE SENDEROS

Es necesaria la determinación de personas, instituciones, y tiempos de monitoreo y mantenimiento de los senderos. Se debe analizar la evolución del sendero a lo largo del tiempo, desde su lanzamiento, así mismo considerar los impactos sobre



el medio ambiente y la sociedad, se deben considerar la revisión de los planes establecidos con anterioridad.

## **1.8. CONTEXTO LEGAL REFERENTE AL DESARROLLO DEL ECOTURISMO**

La Organización Mundial de Turismo (OMT), es el organismo encargado de proponer parámetros globales de planificación turística y sostenibilidad, a través del manual de buenas prácticas de turismo sostenible. Por su parte, el estado Ecuatoriano en su constitución establece la descentralización del poder administrativo, por lo que se plantea la creación de los diversos Gobiernos autónomos descentralizados (GAD) y ministerios existentes en la actualidad, y cada uno con sus respectivos reglamentos.

### 1.8.1. El cuerpo legal del estado ecuatoriano relacionado al ecoturismo

#### a) Artículos constitucionales pertinentes

La Constitución del Ecuador, busca mediar nuevas formas de convivencia ciudadana, con miras al buen vivir. Busca una colectividad basada en el respeto y de dignidad humana. Es por ello que en el artículo 14, se instaure que el estado debe reconocer el derecho a vivir en un ambiente sano que garantice un ambiente sano, por lo que propone al sector público, salvaguardar ecosistemas y la biodiversidad. De esta manera se busca prevenir impactos ambientales y a su vez recuperar zonas que ya han sido vulneradas por el hombre. Al igual que dentro de los derechos de la naturaleza, (art. 74) asigna que todos los pueblos pueden lucrarse del ambiente y ecosistemas; sin embargo toda actividad que se realice debe ser regulada por el estado ecuatoriano, a través del órgano competente.

Así mismo en el art. 320 respalda al desarrollo sostenible, apuntando a procesos participativos, que posean siempre parámetros de calidad, y sostenibilidad.

También los artículos 395 hasta 399, envuelven temas sobre naturaleza y ambiente, donde el estado ecuatoriano pretende garantizar un modelo sostenible de desarrollo, englobando temas ambientales, culturales, de conservación y recuperación de los atractivos intentando mantenerlos en el mejor estado posible, para que pueda ser aprovechado por generaciones venideras.

Finalmente el artículo 400, declara como interés colectivo a la biodiversidad, tratando siempre de conservarla. Los artículos antes descritos, son fiel evidencia de que el estado ecuatoriano, busca nuevos modelos de planificación basados en la conservación y recuperación de elementos naturales, con el fin de mantenerlos a lo largo del tiempo, de tal manera que el Ecuador sea reconocido a nivel mundial como un destino verde.

#### b) Plan Nacional para el Buen Vivir

La Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), tiene como una de sus principales atribuciones la creación del plan nacional de desarrollo del país Ecuador, el mismo que actualmente se le denomina Plan Nacional para el Buen Vivir (PNBV), definiéndola como la herramienta de soporte para todas las actividades de planeación que realicen los organismos del estado, siendo obligatoria su aplicación para organismos gubernamentales y un referente para el sector privado.

Al desarrollar este estudio se estima aportar significativamente a la consecución de una de las Estrategias del Plan Nacional para el buen vivir del Ecuador, que es: *“Sostenibilidad, conservación, conocimiento del patrimonio natural y fomento del turismo comunitario”*.

Pues se trata de una propuesta de tipo comunitaria, que tiene como principal función prestar un servicio que cumpla con las expectativas de sus visitantes y que sobre todo cuide su patrimonio natural.

c) Ministerio de Ambiente y Ley de Gestión Ambiental (LGA)

LGA, es una normativa jurídica que pretende establecer políticas ambientales, dotando responsabilidades dentro de los sectores público y privado. Por lo que se establece al Ministerio de Ambiente ecuatoriano (MAE) como un ente mediador entre los dos sectores.

De esta forma dentro del artículo 7, se establece que la gestión ambiental debe estar basada en el desarrollo sostenible, esto es conservar y utilizar correctamente los recursos patrimoniales naturales del país. Aportando a la instauración de principios de regulación para toda actividad que se desarrolle en el medio natural, la misma que procura la conservación del atractivo.

d) LEY DE TURISMO Y MINISTERIO DE TURISMO (LT)

La LT es un marco legal compuesto de 11 capítulos, en 76 artículos, destinados a regular la actividad turística del país, así como también impulsar el desarrollo del sistema turístico nacional, por lo que la ley contempla la creación de un organismo denominado Ministerio de Turismo (MINTUR) entidad destinada a dirigir y regular acciones en pro del desarrollo del Ecuador.

El art. 6 otorga al MINTUR; 37 competencias y atribuciones, dentro de las cuales destacan: planificar el desarrollo de la industria llamada turismo en el Ecuador, la emisión o revocatoria de permisos otorgados a establecimientos, ponderar y analizar los proyectos presentados por los servidores turísticos, impulsar la inversión, fomentar todo tipo de turismo mediante la ejecución de proyectos en localidades, así como declarar zonas de interés o vocación turística, entre otras.

Los artículos de ley antes descritos establecen que es obligación del Ministerio de Turismo apoyar iniciativas que impulsen al desarrollo turístico del país y aporten a la consecución de los objetivos establecidos en los planes a largo y corto plazo.

### 1.8.2. Plan nacional de turismo (PLANDETUR 2020)

El diseño del sendero se fundamenta y pretende aportar a la consecución de los objetivos contemplados en el plan macro de la actividad turística. Dentro de las cuales se aprecian: *“Generar un proceso orientador que coordine los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible”*.

Este objetivo se correlaciona con la investigación planteada, debido a que se plantea la participación activa de los sectores del desarrollo local, de manera que sean ellos los que generen ideas, en relación al diseño del sendero, y también porque serán estos entes, los que deberán aportar para su aplicación. Apunta a la creación de nuevas fuentes de empleo y trabajo que permitan satisfacer las necesidades más elementales, de manera que se posicione en el mercado.

## **1.9. METODOLOGÍA APLICADA EN LA INVESTIGACIÓN**

### 1.9.1. Diseño de la investigación

Para el proceso investigativo se ha recurrido a un diseño no experimental debido a que se plantea a la observación como principal medio de recolección de información, la misma que debe ser cautelosa, con el fin de no influir en el proceso. En relación a lo anteriormente expuesto, el autor Behar, (2008) refiere lo siguiente: *“En ellos el investigador observa los fenómenos tal y como ocurren naturalmente, sin intervenir en su desarrollo.”*

El mismo que contiene y se relaciona con otras sub-formas de investigación como la de campo, y documental, al mismo tiempo que es de tipo descriptiva y exploratoria; trabaja con los métodos inductivo y deductivo, de manera que puedan revisarse desde las dos perspectivas de análisis. Tomando en cuenta datos cualitativos y cuantitativos recabados a través de instrumentos como encuestas, entrevistas y fichas de observación e inventarios de atractivos turísticos.

### 1.9.2. Modalidad de la investigación

**El modo cualitativo**, aporta al análisis de cantidades, tablas y gráficos generados de los resultados del desarrollo y aplicación de las encuestas a los diferentes involucrados, tales como habitantes, turistas y servidores turísticos.

También **el análisis cuantitativo**, puesto que se recurre a un muestreo, el mismo que requiere de aplicación de fórmulas, con el fin de determinar la cantidad idónea de encuestas, midiendo o cuantificando los distintos aspectos de la población de estudio.

CUADRO N° 12: Relación entre la modalidad, métodos y técnicas

| METODOLOGÍA  | MÉTODOS  | TÉCNICAS  |
|--------------|--|---|
| Cuantitativa | Experimental<br>Encuesta<br>Análisis cuantitativo de datos secundarios (estadísticas)                              | Cuestionarios<br>Recopilación de datos existentes (censos, encuestas, estadísticas continuas)<br>Análisis de contenido de documentos, textos, film, etc.                              |
| Cualitativa  | Etnográfico<br>Análisis cultural<br>Estudio de casos<br>Biográfico<br>Análisis de conversaciones<br>Grupos focales | Entrevistas interpretativas<br>Entrevistas etnográficas<br>Observación no participante<br>Observación participante<br>Análisis de documentos<br>Análisis de material visual /auditivo |

Fuente: Sautu, Boniolo, Dalle, & Elbert, (2005)  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

### 1.9.3. Tipos de investigación

El presente estudio aplica la tipología desarrollada según el nivel de profundidad científica en la investigación, que sería realizada por Andino, (2005), clasificándola en cuatro tipos que son exploratoria, descriptiva, explicativa y evaluativa.

- ✚ **Exploratoria:** Tiene como principal función aclarar conceptos, y establecer el conocimiento previo, necesario para el desarrollo de todo el proyecto.
- ✚ **Descriptiva:** Que toma toda la información secundaria primaria y las adapta en una solución coherente a la problemática planteada.
- ✚ **Explicativa:** Plantea y revela las relaciones causa-efecto de las variables de la investigación.
- ✚ **Evaluativa:** Que determina la aplicabilidad y factibilidad del proyecto, pues proyecta los posibles efectos.

También la investigación aplica la tipología desarrollada por Leiva, (1988) en que las divide en función de donde se la realiza, así tenemos a la investigación **documental o de laboratorio** que recopila información de tipo secundario, y **de campo** que es la ejecutada en el punto donde se hayan los sujetos y objetos de estudio, recopilando datos primarios.

#### 1.9.4. Métodos de la investigación

- ✚ **Deductivo:** Este método permite la adaptación de los conceptos establecidos con anterioridad por autores de renombre, y aplicarlos al tema particular, el cual se analiza.
- ✚ **Inductivo:** Consiste en la observación de los hechos, y situaciones de carácter particular que conlleven a conclusiones de carácter general, estos son leyes, o teorías definidas.
- ✚ **Observación:** Radica en revisar detenidamente las características del objeto de investigación sin intervenir en su comportamiento habitual.

#### 1.9.5. Fuentes y técnicas de investigación

Las **fuentes primarias**, son todos aquellos datos recabados en el campo de estudio a través de técnicas e instrumentos.

**a) Encuestas.-** Leiva, (1988) la define como una: “*técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador*”. En términos sencillos es una lista de preguntas referentes al tema de estudio, en donde se aplicarán preguntas de tipo dicotómicas, con el fin de obtener respuestas concretas, así como también preguntas de selección múltiple según la escala de Likert, con el fin de plantear una elección acorde a la realidad del fenómeno estudiado.

**b) Entrevistas.-** Analizando la definición realizada por Leiva, (1988), se la puede entender como un diálogo entre el investigador y un(a) experto(a) en el tema. Esta conversación debe generar conocimiento basado en las experiencias obtenidas del entrevistado.

**c) Inventarios.-** Proceso de identificación y revisión de los atractivos turísticos. La metodología establecida por el Ministerio de Turismo del Ecuador, (2004) considera dos tipos de atractivos: sitios naturales (montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas) y culturales (Históricos, etnográficos, relaciones técnicas y científicas, realizaciones artísticas contemporáneas y acontecimientos programados.) Las etapas son:

ILUSTRACIÓN N° 12: Pasos para levantamiento de inventarios



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador, (2004)  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

**Fuentes secundarias:** Es toda aquella información básica, obtenida en archivos físicos o digitales, misma que debe analizarse y acoplarse al tema de investigación, sin olvidar las citas correspondientes al autor.

#### 1.9.6. Población y muestra

##### **Población**

También denominado universo de investigación, es el número total de objetos o sujetos que se relacionan y deben ser estudiados durante el proceso investigativo.

##### **Muestreo**

En muchas de las investigaciones estudiar a todos los involucrados es una tarea imposible o que requiere mucho tiempo, por esta razón se elige a un segmento representativo o muestra, a través de las diferentes fórmulas que son determinadas de acuerdo al tipo de muestreo que se realice.

Para este estudio se ha seleccionado un tipo de muestreo probabilístico aleatorio simple, que elige al azar los elementos, utilizando la fórmula que sugiere Canavos, (1998):

$$n = \frac{z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{e^2(N - 1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

n: Muestra

z: Desviación estándar

N: Población

p: Probabilidad de éxito

q: Probabilidad de fracaso

e: Error



## **1.10. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

Este proyecto es el resultado de un trabajo exhaustivo de investigación, que partió del diagnóstico situacional, permitiendo identificar la problemática actual en materia turística, en esta misma sección se plantean todas las corrientes teóricas que permiten alegar la composición de las variables. Seguidamente se plantea una metodología a seguir aplicando trabajo de campo y de laboratorio, con la finalidad de obtener datos e información en el campo.

Su posterior análisis, estará enfocado en comprobar o rechazar los supuestos establecidos, mediante una prueba estadística y que de ser aceptado, se obtengan los parámetros para su diseño.

## **1.11. DISCUSIÓN FINAL Y CIERRE DEL CAPÍTULO I**

Una vez establecidas en el CAPÍTULO I, todas las directrices teóricas y metodológicas por cada componente a utilizarse dentro del estudio para el diseño de un sendero, que permita el disfrute de un turista especializado; se procede a recabar información en el campo, a través de la aplicación de los instrumentos estipulados en el marco metodológico de la investigación.

Información que será procesada, sistematizada y analizada dentro del CAPÍTULO II, determinando opiniones de los diferentes turistas, autoridades locales, servidores turísticos y población local, asegurando de esta manera que la investigación se base en datos reales, y que la hipótesis o los supuestos proyectados se comprueben a través de la prueba Chi Cuadrado.

## **CAPÍTULO II**

### **2. ASPECTOS METODOLÓGICOS DEL PROYECTO**

#### **2.1. VALIDACIÓN METODOLÓGICA**

Gracias a la metodología diseñada previamente, se pudieron recolectar los datos e información de manera efectiva, tanto para turistas que visitan los diferentes sitios de la provincia de Santa Elena, y para pobladores valdivianos, así como las entrevistas a las autoridades competentes, en las diferentes áreas de planificación del turismo. El diseño fue validado con los docentes especialistas de las Carreras de Gestión y Desarrollo Turístico y Administración en Turismo quienes intervinieron oportunamente con sus conocimientos y experiencias en el caso, generando un aporte valioso para el diseño metodológico óptimo.

También los principales instrumentos de recolección de datos (encuesta, y entrevista) fueron revisados y aprobados por los especialistas, con el propósito de que todas las preguntas que conforman los cuestionarios generen los datos necesarios para sustentar cada variable de investigación, y así poder comprobar la hipótesis de trabajo a través de la prueba chi-cuadrado. Para el levantamiento de información a turistas se identificaron 4 comunidades estratégicas: Valdivia por ser la anfitriona del proyecto; San Pedro por su cercanía; Ayangue, por la temporada de ballenas que coincide con el tiempo en que se realizó el levantamiento de información; y Montañita por ser centro de estadía para turistas de diferentes partes del mundo.

Asimismo el trabajo de campo para obtener datos de los comuneros, se realizó de manera sencilla y efectiva, puesto que las condiciones a favor como la cercanía de las casas conjugado con la colaboración de sus ocupantes, permitieron que el trabajo sea sencillo para el investigador.

En cuanto a las entrevistas el primer paso fue la selección de las principales autoridades que tienen vinculación con la planificación y desarrollo del ecoturismo, donde destacan representantes del: Ministerio de Turismo, Ministerio de Ambiente, Emuturismo, también autoridades locales como Cabildo Comunal y Comité de Turismo.

Posteriormente se tuvo que reservar un cupo en las ocupadas agendas de las autoridades para obtener un diálogo y recabar sus opiniones, experiencias o conocimientos que sirven de mucho para el mejoramiento del proyecto. Una vez obtenidos los datos, se procedió a la sistematización de la información, es por ello que se elaboró un libro de códigos, de manera que cada pregunta sería representada por un número en forma ascendente, y cada posible respuesta por una letra según el orden ascendente del alfabeto.

A continuación se procedió al procesamiento de la información, donde todos los datos fueron colocados en tablas, que a su vez dan apertura para generar gráficas, que dan un panorama de análisis en relación a las necesidades de los turistas y de los requerimientos de la población local, para tomar las decisiones oportunas respecto al diseño del sendero.

Finalmente se realizan las pruebas de hipótesis, que se analizan a partir de los resultados obtenidos en el campo, de esta manera se establece la prueba chi-cuadrado para determinar la condición de aprobación o rechazo de los supuestos.

#### 2.1.1. Metodología aplicada

**La investigación tipo documental y exploratoria**, permitieron fundamentar teóricamente a las dos variables de estudio, también aportó en la selección de modelos de desarrollo, tipos de sendero, materiales y señaléticas a implementarse; al igual que la revisión de los diferentes reglamentos, planes y leyes locales que respaldan a la investigación dentro del campo legal y operacional.

La **investigación de campo y descriptiva** permitieron evaluar la situación actual de los atractivos especialmente del sector donde se radicará el sendero, identificando las especies vegetales y animales, las áreas de uso turístico y las áreas que serán señalizadas. También permitió la recolección de información primaria en el campo y en las oficinas de las diferentes autoridades involucradas en el desarrollo turístico, a través de la aplicación de encuestas y entrevistas que permitieron cimentar la aceptación o rechazo del proyecto a efectuarse y poder comprobar la hipótesis establecida.

**El método deductivo** estableció el orden descendente de los datos presentados en: la teoría referente a turismo (modalidades, turismo rural, ecoturismo, actividades del ecoturismo, senderismo), y la presentación de los datos, con el objeto de llegar a conclusiones de carácter particular. Mientras que el **método inductivo** se involucró durante el diagnóstico, en la aplicación de inventarios y el desarrollo de cuestionarios, que generaron información de carácter particular.

De manera que todos estos resultados aporten a una conclusión general acerca de la aplicabilidad de los estudios para el diseño de senderos turísticos en comunidades. Y la **Observación** se dio, a través de la óptica situacional de los atractivos turísticos locales, especialmente del sendero Los Mogotes, y del manglar La Boquita, recursos a utilizarse para el diseño de la propuesta.

Las fuentes de información primaria fueron: **la encuesta** que permitió recolectar datos de los turistas y pobladores locales, **la entrevista** sirvió para extraer experiencias de profesionales en cargos públicos y **las fichas de inventario turístico** recabaron datos relevantes de los diferentes atractivos locales.

Las fuentes secundarias que se utilizaron fueron archivos digitales proporcionados por el cabildo comunal, tales como Reseña Histórica, proyecto de vinculación de la colectividad de la UPSE, declaratoria de patrimonio cultural y todos los datos extraídos de libros físicos y digitales.

### 2.1.2. Población de estudio y cálculo de la muestra

**POBLACIÓN:** El universo de estudio estuvo conformado por los siguientes actores de la industria turística: pobladores de la comunidad, servidores turísticos de la comunidad, los organismos que dirigen la actividad turística a nivel comunal, autoridades locales involucradas en el sector y las personas que visitan la comunidad por motivos de turismo y ocio.

CUADRO N° 13: Composición del universo de investigación

| DESCRIPCIÓN             | UNIVERSO      | FUENTE  |
|-------------------------|---------------|---|
| Pobladores locales      | 8.726         | Cabildo comunal   |
| Turistas                | 8.858         | (Empresa Municipal de Turismo, 2015)                    |
| Autoridades competentes | 4             | MINTUR, EMUTURISMO y Cabildo comunal, Comité de turismo |
| <b>TOTAL</b>            | <b>17.588</b> |   |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

**MUESTRA:** El primer segmento de la población que requiere de aplicación de la fórmula, es el *número de turistas*, donde se ha considerado a los 8.858 turistas que ingresaron al acuario en el año 2015, según la Empresa Municipal de Turismo, (2015).

$$n = \frac{z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{e^2(N - 1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 8.858 \times 0,8 \times 0,2}{0,05^2(8.858 - 1) + 1,96^2 \times 0,8 \times 0,2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 8.858 \times 0,8 \times 0,2}{0,0025(8857) + 3,8416 \times 0,8 \times 0,2}$$

$$n = \frac{5.444,62}{22,14 + 3,27}$$

$$n = \frac{5.444,62}{25,41}$$

$$n = 214$$

El resultado del desarrollo de la fórmula determina que el número de encuestas a turistas idóneo es de 214 considerando una probabilidad de éxito del 80%, probabilidad de fracaso 20% y grados de confianza de 1,96 que corresponde al 5% de error.

El segundo elemento por analizar es el *número de habitantes*, con el fin de conocer los porcentajes de aceptación o rechazo del proyecto, la cual está comprendida en 8.726 personas, según datos recabados en el PDOT elaborado por el GAD Manglaralto.

$$n = \frac{z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{e^2(N - 1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 8.726 \times 0,8 \times 0,2}{0,05^2(8.726 - 1) + 1,96^2 \times 0,8 \times 0,2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 8.726 \times 0,8 \times 0,2}{0,0025(8.725) + 3.8416 \times 0,8 \times 0,2}$$

$$n = \frac{5.363,49}{21,81 + 0,31}$$

$$n = \frac{5.363,49}{22,12}$$

$$n = 243$$

Según la fórmula de muestreo desarrollada previamente, se requiere del desarrollo de 243 encuestas a pobladores locales tomando como datos un margen de éxito del 95% y 5% de error. También se toma el 80% como probabilidad de éxito y 20% de probabilidad de fracaso.

Para cimentar la investigación y por su cantidad reducida se realizaron entrevistas a las principales autoridades ligadas al ámbito turístico de la provincia (MINTUR y EMUTURISMO) y de la comunidad (Cabildo y Comité de Turismo), con el objeto de recabar opiniones y experiencias para el diseño integral del sendero.

CUADRO N° 14 : Representantes de las entidades entrevistados

| ENTIDAD  | REPRESENTANTE   |
|--|---|
| Cabildo: (Presidente)<br>Comité de turismo: (Presidente)<br>EMUTURISMO: (Gerente)<br>Ministerio de turismo | Juan Ramírez<br>Homero de la Cruz<br>Katherine Saltos<br>Paulina León |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

Según los valores consolidados, se requieren de 457 encuestas y 4 entrevistas.

CUADRO N° 15: Totalidad de encuestas y entrevistas

|                         | ENCUESTAS | ENTREVISTAS |
|-------------------------|-----------|-------------|
| Población local         | 243       |             |
| Turistas                | 214       |             |
| Autoridades del turismo |           | 4           |
| <b>TOTAL</b>            | 457       | 4           |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

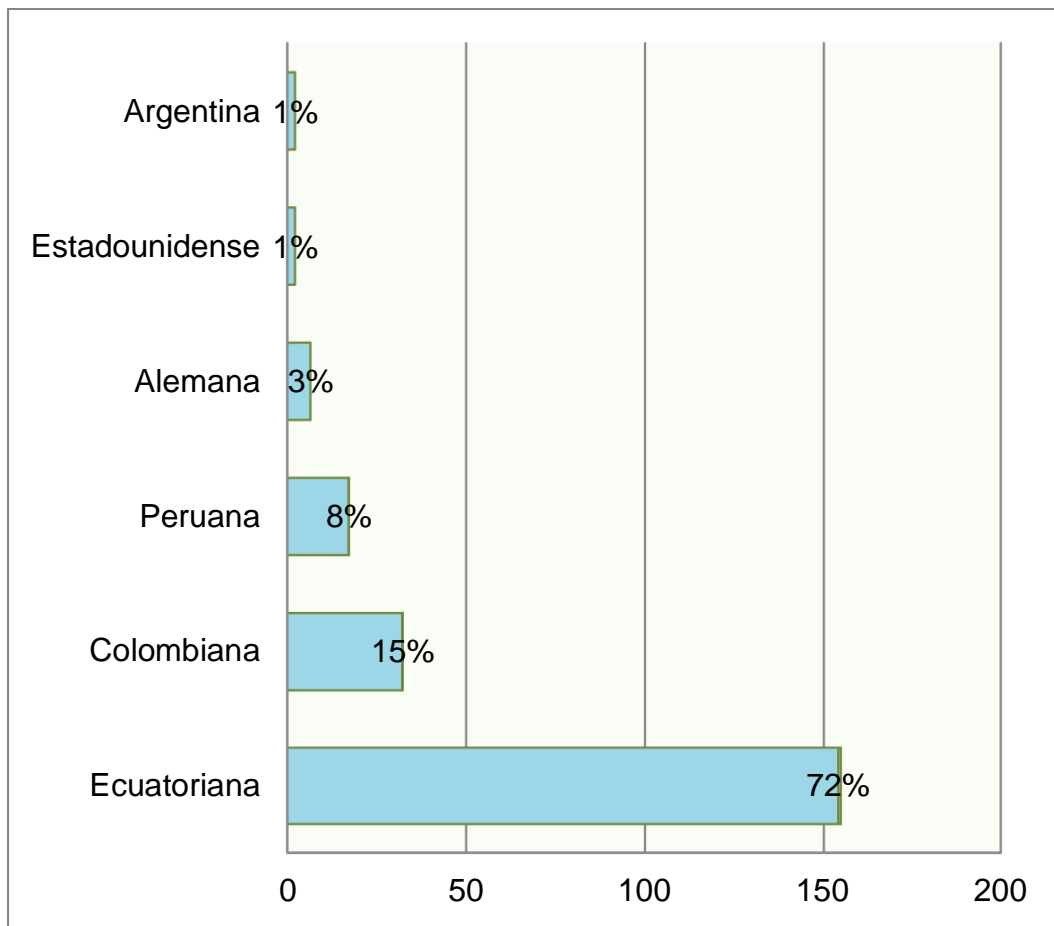
## 2.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Este análisis cuenta de tres fases: 1.- el análisis de las encuestas cometidas a los turistas que se encontraban en la provincia, 2.- la interpretación de las respuestas proporcionadas por los pobladores locales y 3.- la interpretación del diálogo con las autoridades escogidas previamente. Luego del trabajo en el campo, se procedió a tabular y procesar los datos en el programa Microsoft Excel, pues esta herramienta tecnológica genera gráficos que facilitan la comprensión del fenómeno estudiado.

### 2.2.1. ENCUESTAS A TURISTAS

El número de encuestas realizadas a turistas fue de 214, las cuales ser realizaron en: Valdivia, San Pedro, Ayangue y Montañita, los días sábados y domingos desde las 15:00 hasta las 18:00, durante las 2 primeras semanas del mes de septiembre.

GRÁFICO N° 1: NACIONALIDAD DE LOS TURISTAS



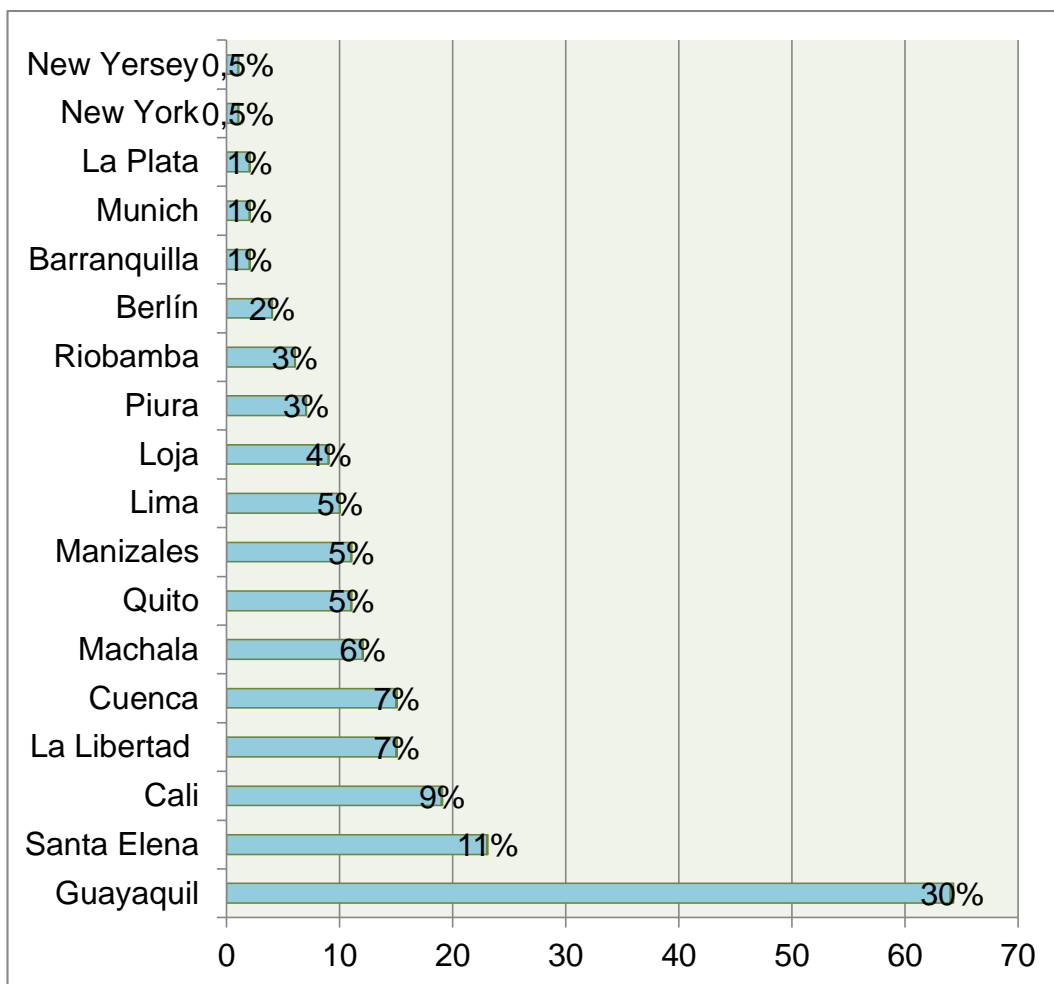
Fuente: Anexo #9 – Tabla N°1  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

Según los datos presentados en la anterior gráfica, se aprecia que la nacionalidad ecuatoriana es la predominante con un 72% por encima de la internacional que en general conforman un 28% de encuestados. De los visitantes del exterior, predominan los países vecinos Colombia con 15% y Perú 8%, y finalmente con unos porcentajes en menor escala se encuentran la nacionalidad Alemana 3%, Americana 1%, y Argentina 1%.

Lo que figura como un aparente posicionamiento de la provincia de Santa Elena y de sus comunidades en el mercado turístico nacional, generándose un tipo de turismo doméstico, de la misma forma que se plantea como una oportunidad el mercado receptor, por la presencia de casi el 30% de visitantes extranjeros.



GRÁFICO N° 2: LUGAR DE ORIGEN



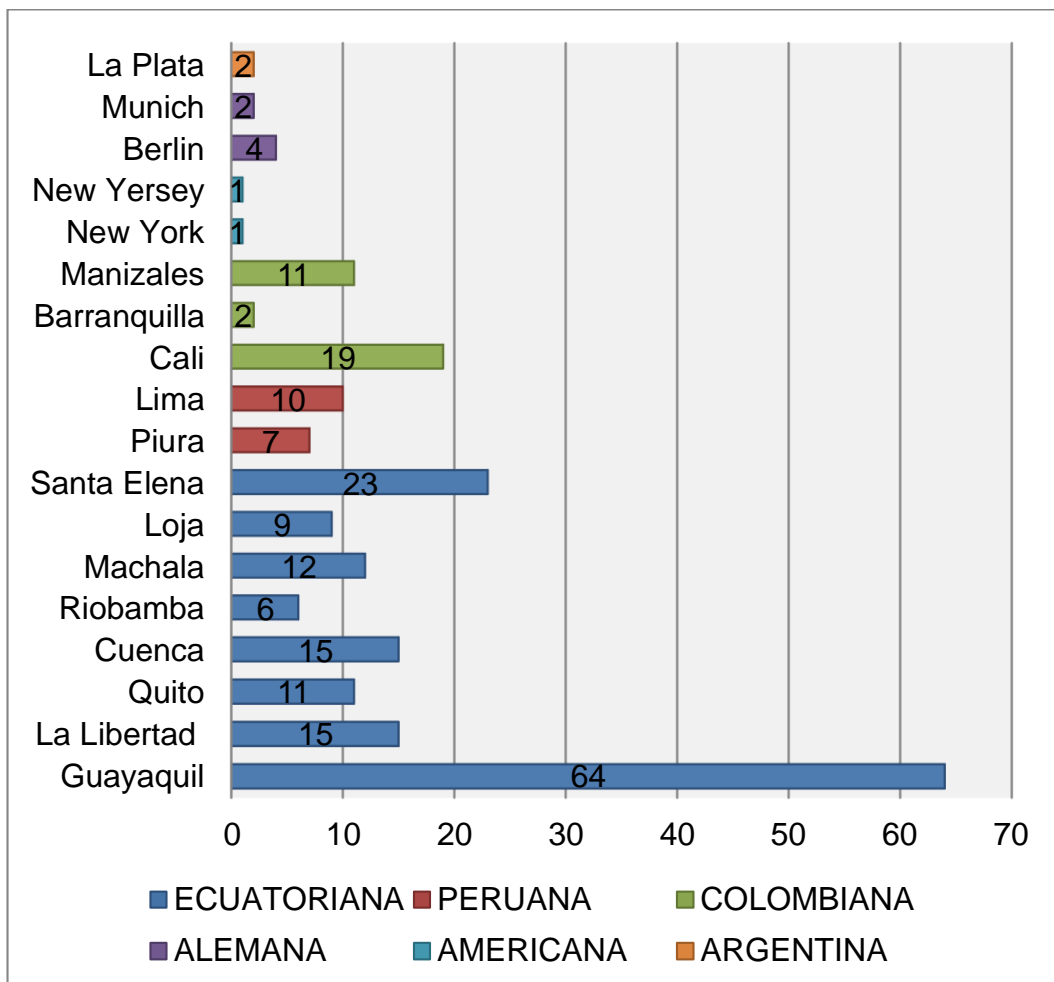
Fuente: Anexo #9 – Tabla N°2

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

En combinación con la nacionalidad aparece la procedencia, como complemento para determinar el punto exacto de origen de los encuestados, de los cuales las principales son: Guayaquil con 30%, seguida de Santa Elena con 11%, también Cali con 9%, La Libertad y Cuenca con 7% respectivamente.

Las anteriores cifras permiten determinar que las principales ciudades emisoras dentro del país son Guayaquil, Santa Elena, La Libertad, Cuenca, Machala y Quito que dinamizan el turismo doméstico. Al mismo tiempo que para el turismo internacional son: Cali, Manizales y Lima.

GRÁFICO N° 3: NACIONALIDAD Y LUGAR DE PROCEDENCIA

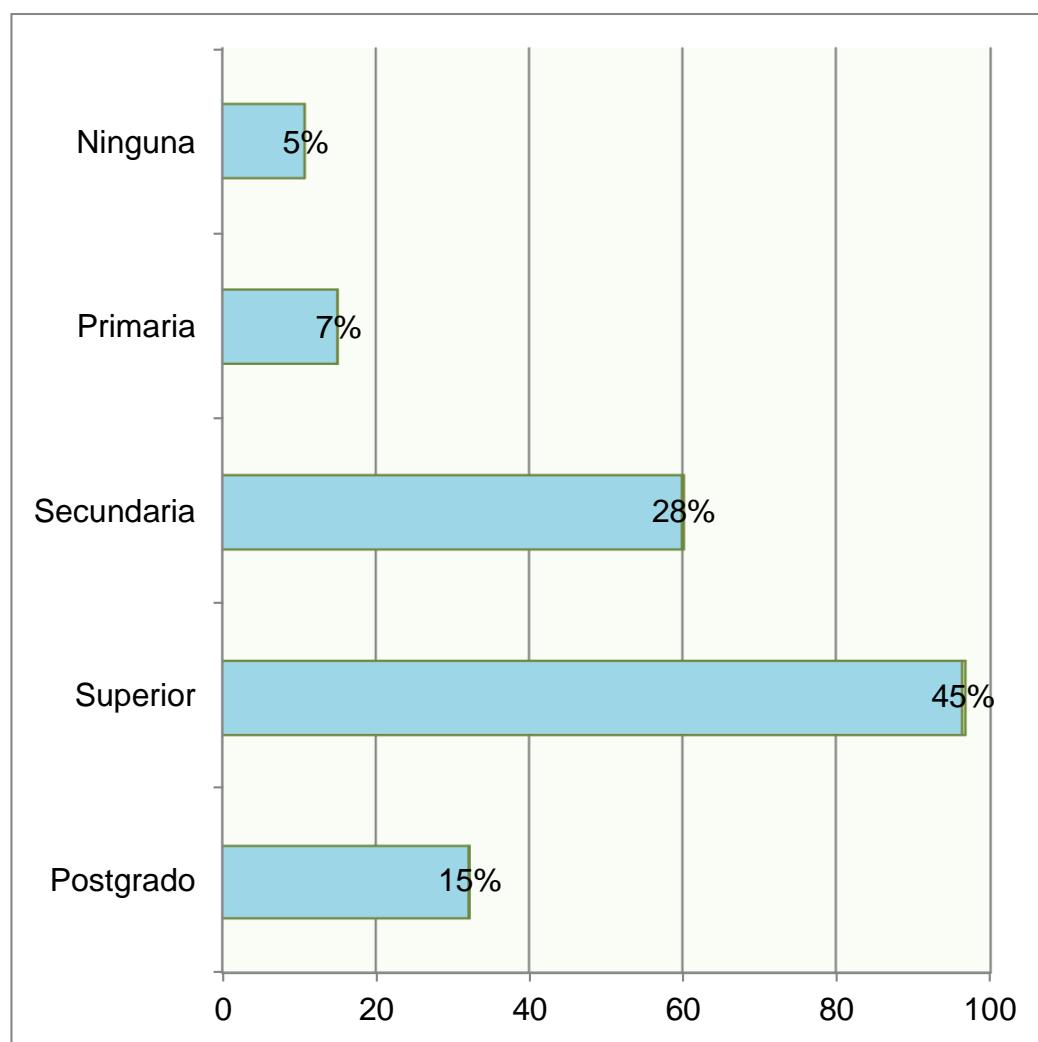


Fuente: Anexo #9 – Tabla N°3  
 Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

La gráfica permite apreciar que la mayor cantidad de turistas pertenecen a las ciudades Guayaquil y Santa Elena dentro de la nacionalidad ecuatoriana, Cali y Manizales de Colombia, los turistas peruanos llegan en igual cantidad desde Piura y Lima, enseguida aparecen los alemanes originarios de Berlín y Múnich, los americanos son específicamente de New York y New Yersey; al final aparecen en igual magnitud los argentinos oriundos de La Plata.

Los datos presentados evidencian que existe una importante demanda nacional, y una creciente demanda internacional, especialmente de los países vecinos Perú y Colombia.

GRÁFICO N° 4: NIVEL DE INSTRUCCIÓN

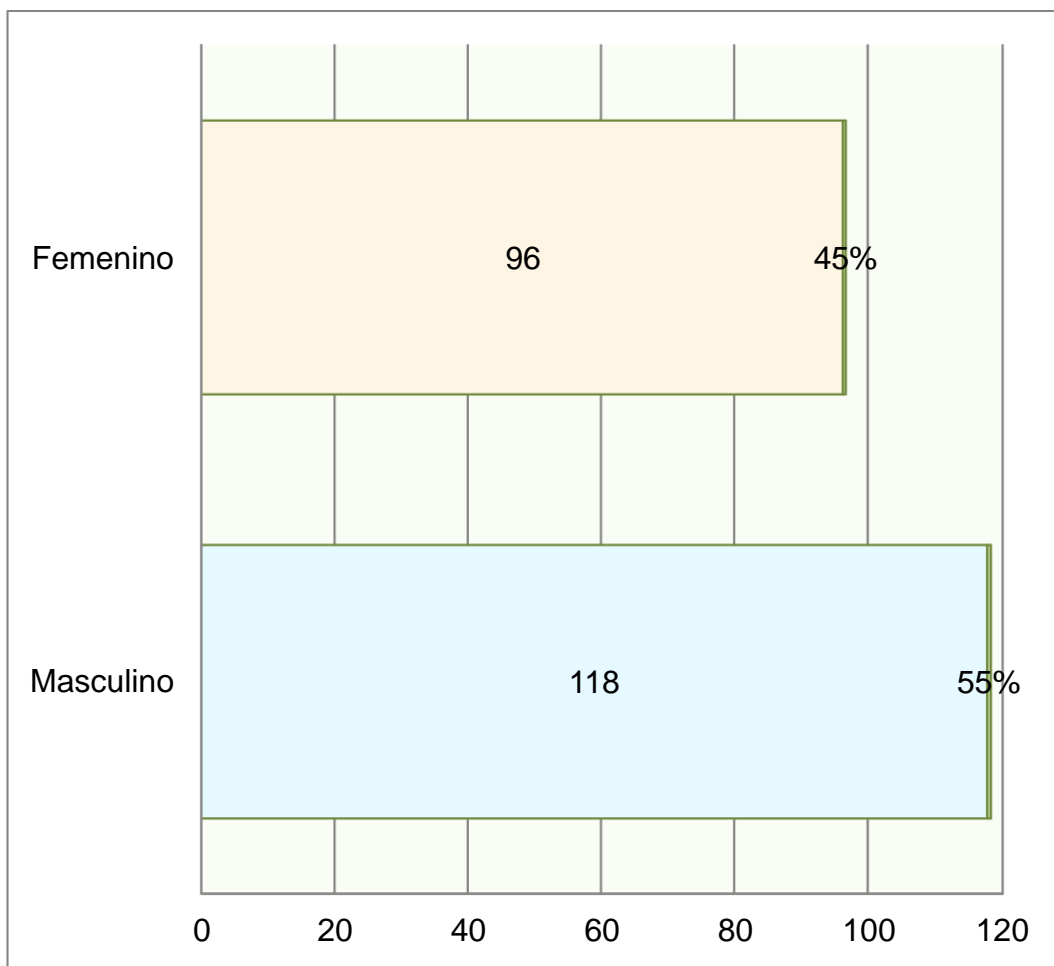


Fuente: Anexo #9 – Tabla N°4  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

El nivel de estudios que impera dentro de los encuestados es el nivel superior 45%, seguido de la instrucción secundaria 28%, y postgrado con 15%. Apenas el 12% de turistas alcanzaron solo la instrucción primaria o carecen de una preparación académica.

En consecuencia de aquello se interpreta que el nivel de preparación académica de los turistas se encuentra en un nivel medio y alto, lo que es ideal para el desarrollo de propuestas relacionadas con el aprendizaje y generación de experiencias nuevas que requieran de cierto grado de especialización o conocimientos.

GRÁFICO N° 5: SEXO

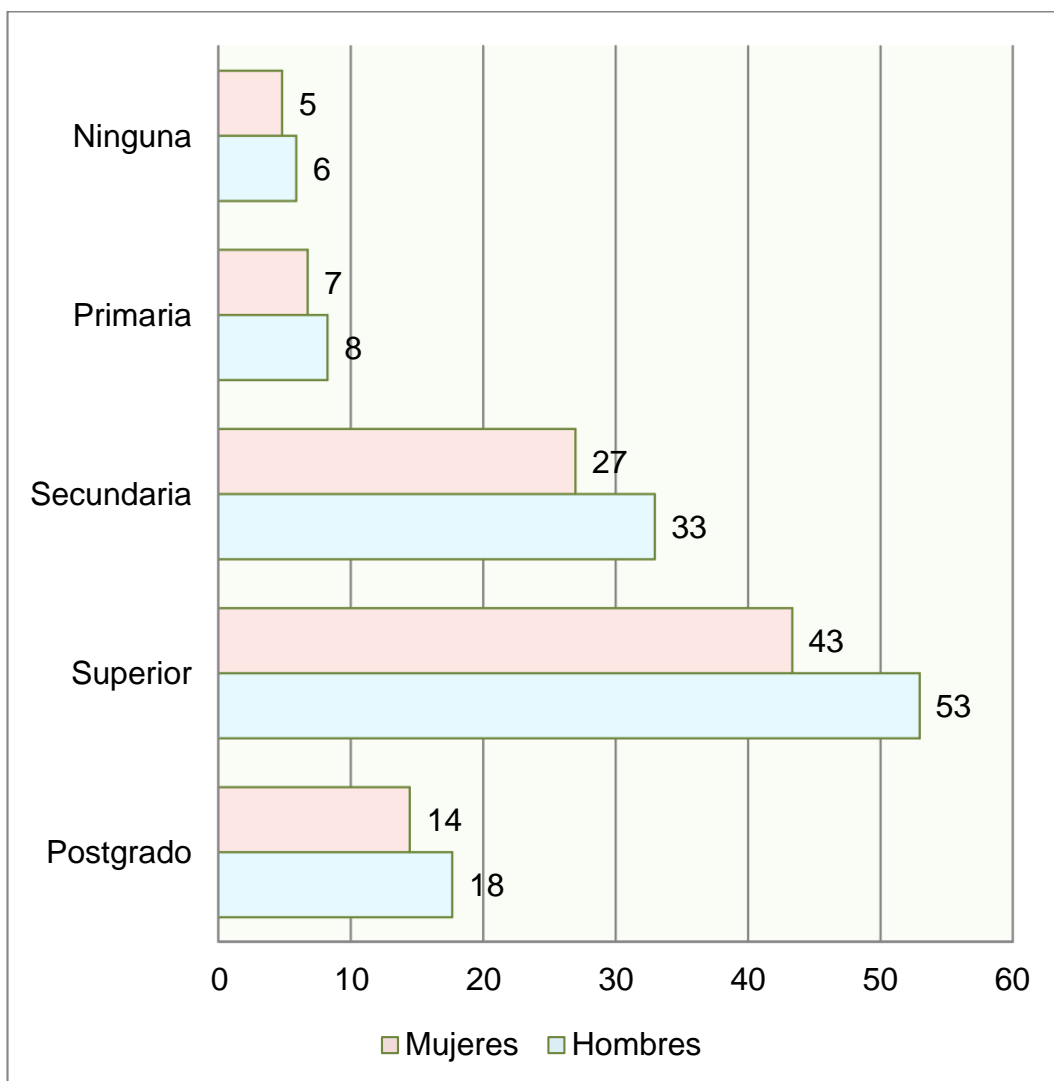


Fuente: Anexo #9 – Tabla N°5  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

De los 214 encuestados en las diferentes comunidades selectas con anterioridad en el diseño del muestreo que son Valdivia, Montañita y Ayangue, 118 personas son de sexo masculino que equivalen al 55%, y el 45% restante es decir 96 son de sexo femenino. Determinándose que apenas el 5% es la variación con referencia al sexo de los turistas que arriban a la provincia.

Este indicador de paridad sugiere una oportunidad de emprender actividades que aludan a la inclusión de sexos en las diferentes locaciones de la provincia de Santa Elena vinculadas al turismo, tal como es el caso de las actividades ecoturísticas, donde hombres y mujeres son capaces de desarrollar dicha actividad.

GRÁFICO N° 6: SEXO Y NIVEL DE INSTRUCCIÓN

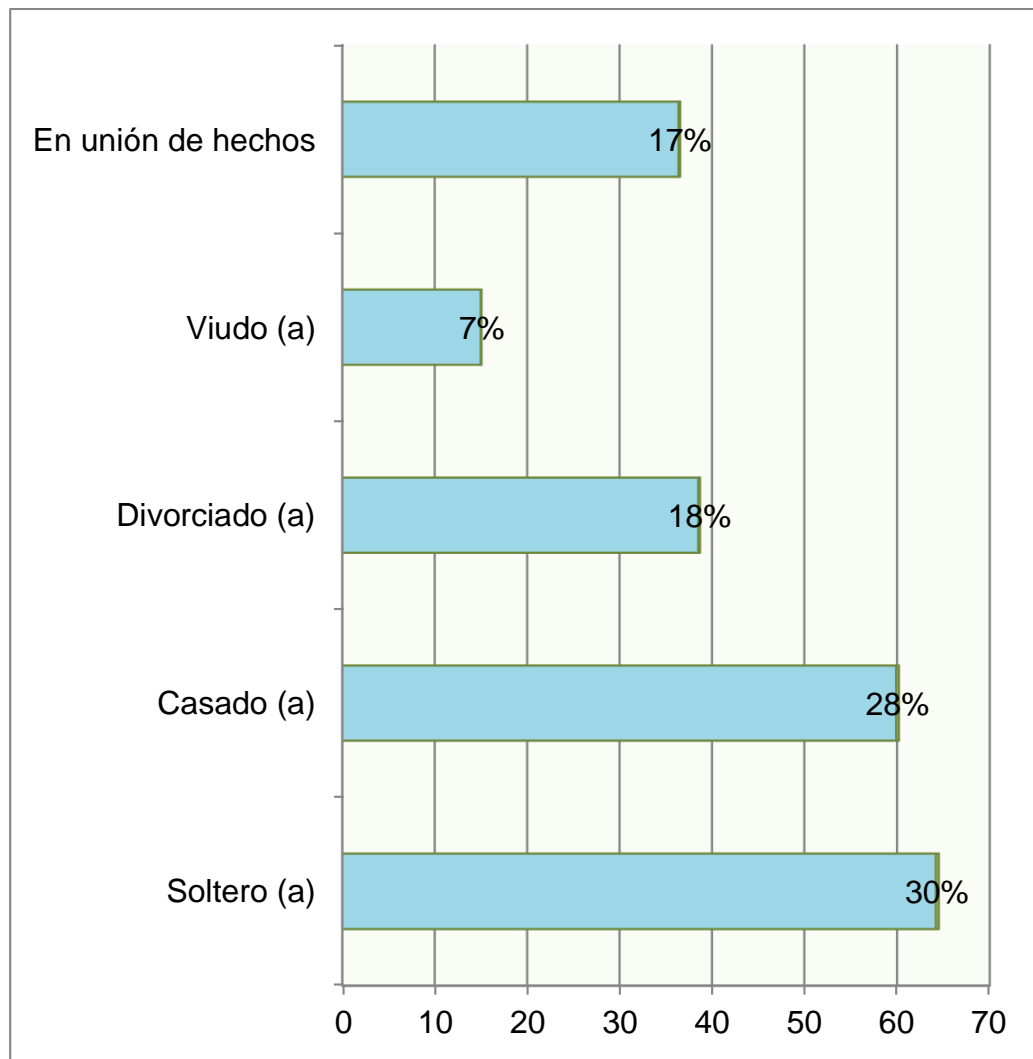


Fuente: Anexo #9 – Tabla N°6  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

Los datos presentados en la tabla revelan que predomina el nivel de preparación superior, seguido de la instrucción secundaria, el postgrado y finalmente la instrucción primaria y ninguna. Mostrando una superioridad pequeña de los hombres, en comparación a las mujeres.

Estos datos revelan que existe una preparación relativamente especializada, pues predominan desde el nivel secundario hasta de cuarto nivel, teniendo un aporte parejo entre sexo.

GRÁFICO N° 7: ESTADO CIVIL

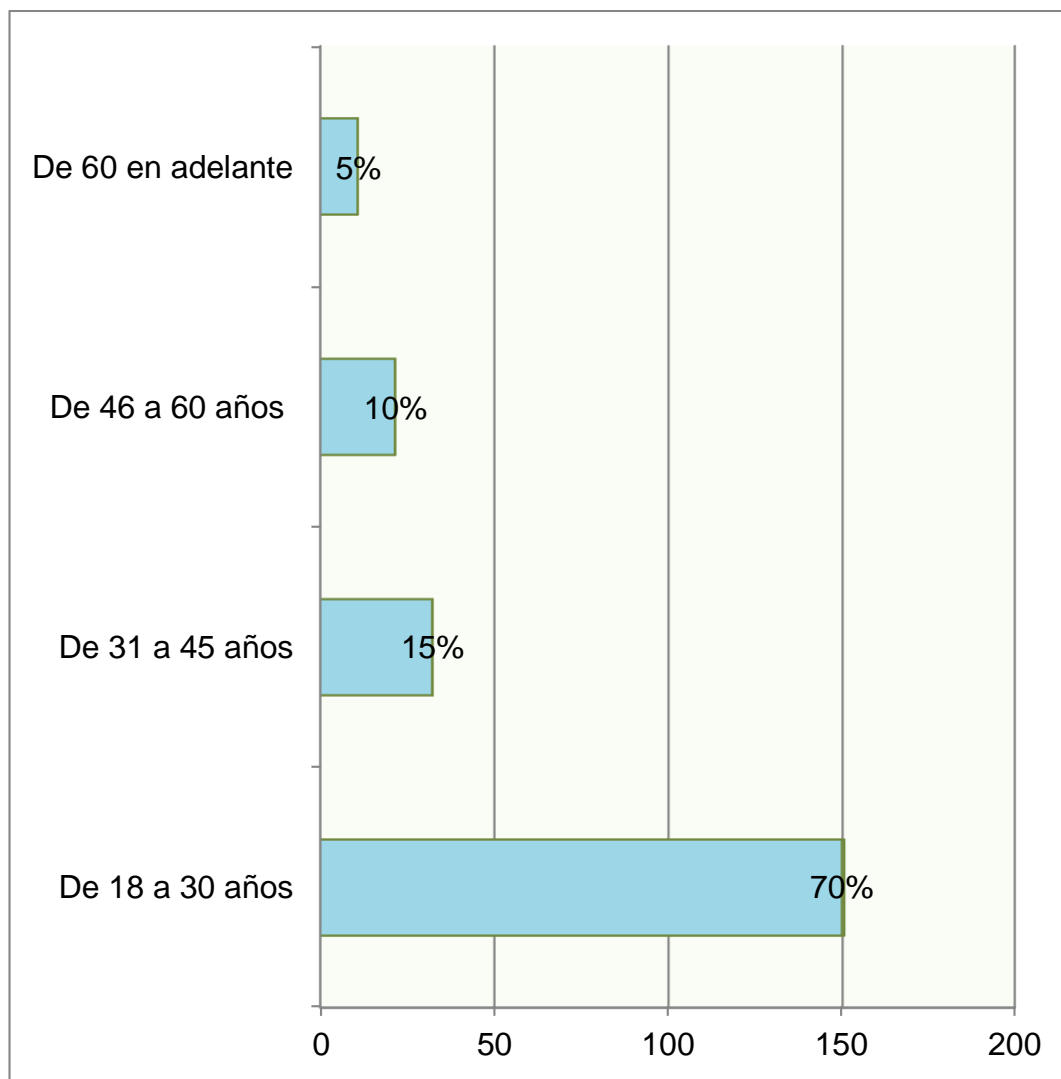


Fuente: Anexo #9 – Tabla N°7  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

La mayoría de los encuestados son de estado civil soltero con 30%, y casados(as) con 28%. Asimismo los valores restantes, figuran de la siguiente manera: el 18% son divorciados(as), el 17% se encuentran en unión de hechos y apenas el 7% son viudos(as).

Las modas se encuentran en las frecuencias solteros y casados, pues contribuyen el 58% del total de los encuestados, generándose un grupo importante en el flujo de visitantes de la provincia.

GRÁFICO N° 8: RANGO DE EDADES



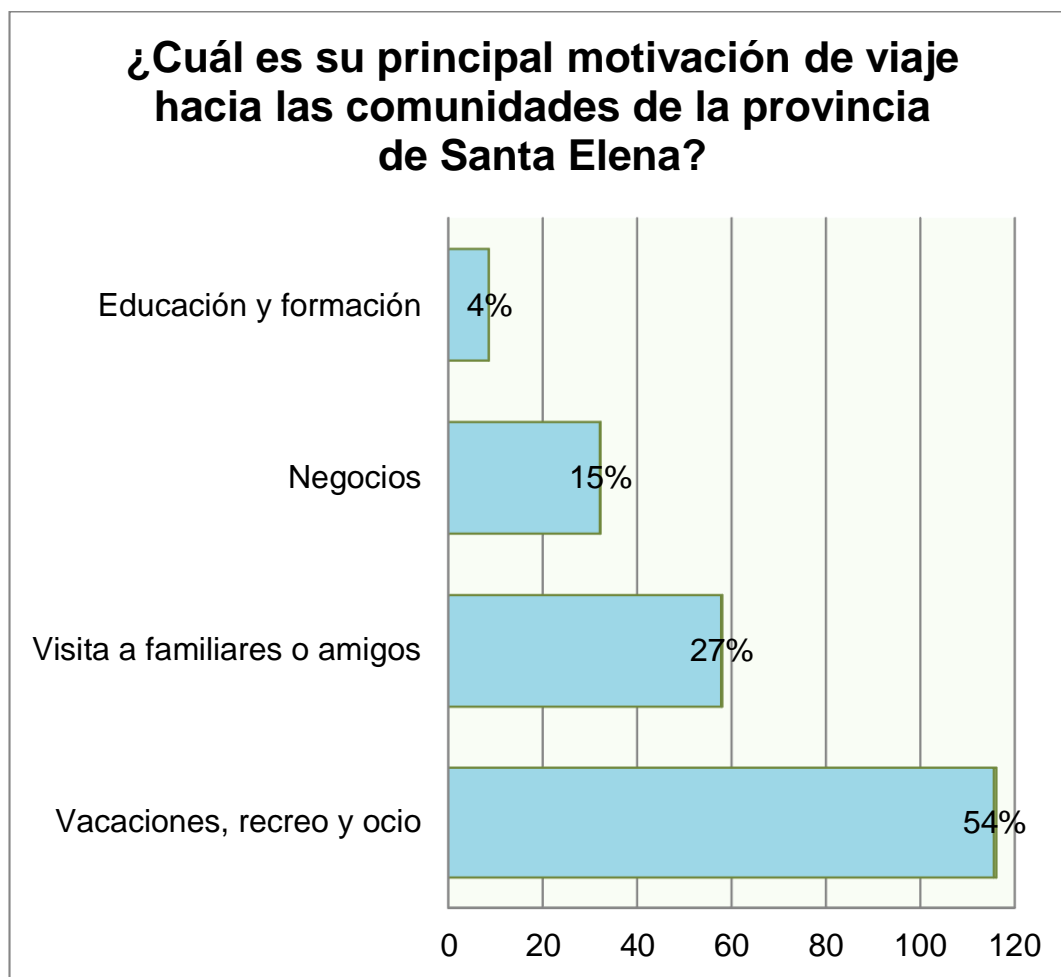
Fuente: Anexo #9 – Tabla N°8

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

La distribución por edades se generó de la siguiente manera: El 70% de los encuestados constan entre 18 y 30 años, de 31 a 45 años equivalen al 15%, de 46 a 60 años pertenecen al 10% y los grupos con edades de 60 en adelante corresponden al 5%.

La superioridad de la categoría 18 – 30 años, recalca que la mayoría de los visitantes de la provincia, son jóvenes, quienes al considerar su edad, son muy dinámicos, pretendiendo conocer todo lo que el medio le ofrece.

GRÁFICO N° 9: MOTIVACIÓN DE VIAJE



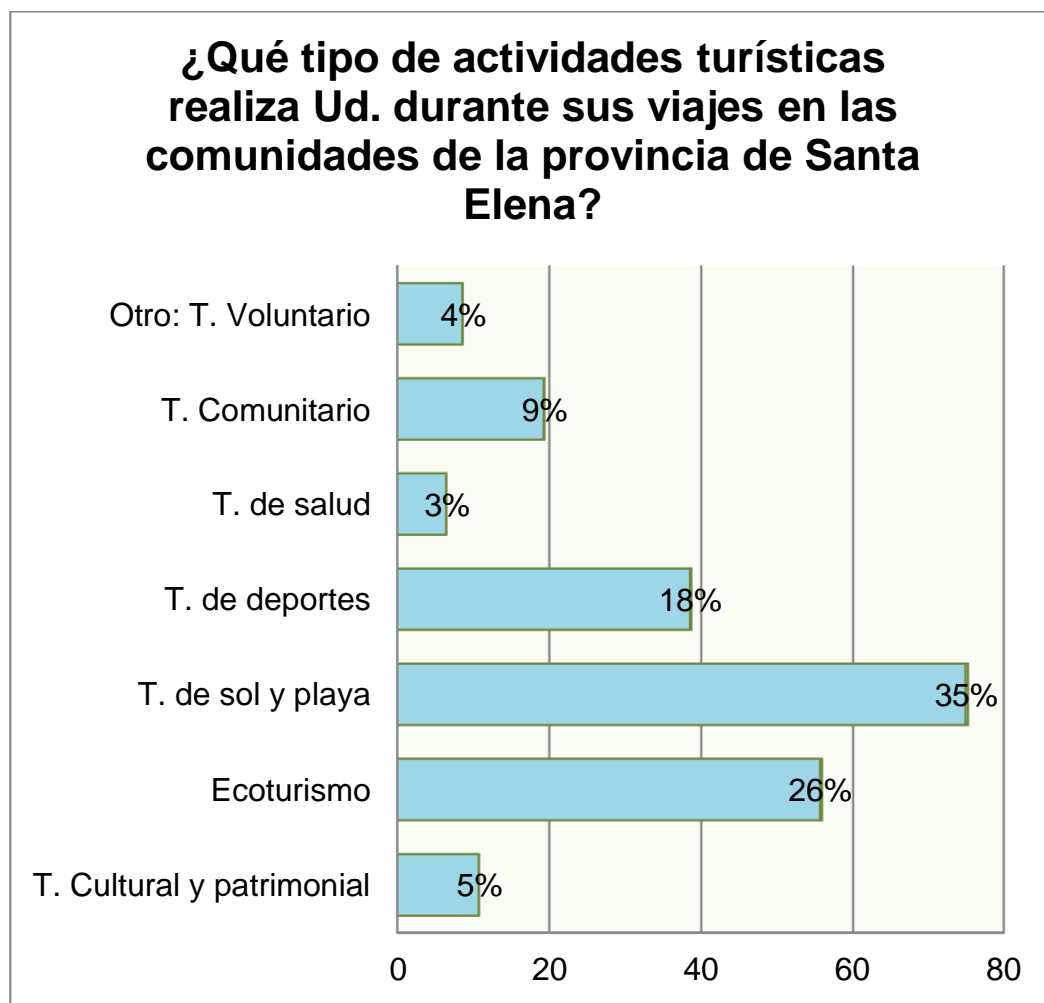
Fuente: Anexo #9 – Tabla N°9  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

La principal motivación de las personas en visitar la provincia de Santa Elena, es por vacaciones, recreo y ocio puesto que el 54% del total de las encuestas escogió esta categoría, seguida de visita a familiares o amigos con 27%, en tercer ubicación están las personas que visitan la provincia por negocios 15%, y el 4% son personas que acuden a las diferentes comunidades de la provincia por estudio o formación.

Las vacaciones representan el principal rubro que genera desplazamientos, generándose una oportunidad valiosa para la provincia de Santa Elena y muy en especial a las comunidades donde se realizó el levantamiento de información.



GRÁFICO N° 10: ACTIVIDADES TURÍSTICAS

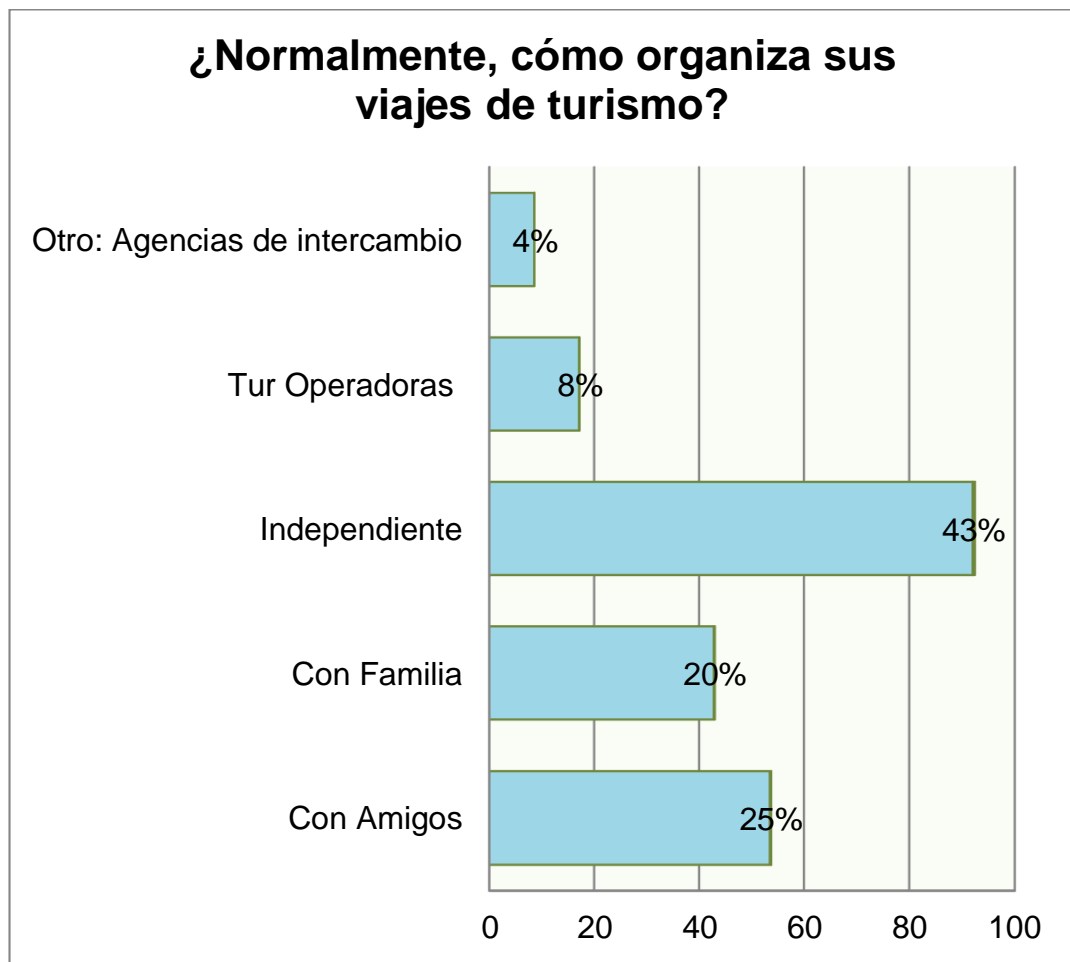


Fuente: Anexo #9 – Tabla N°10  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

Las diferentes actividades captan los siguientes segmentos: el 35% viaja a la comunidad por el sol y playa, 26% por ecoturismo, el 18% por deportes, el 9% turismo comunitario, 5% lo hacen por turismo cultural y patrimonial también el 4 y 3% por turismo voluntario y de salud.

Es considerable mencionar que la mayoría de las personas visitan la provincia por turismo de sol y playa, principal producto de la provincia, sin embargo, el crecimiento de otras áreas como el ecoturismo, turismo de deportes y el turismo comunitario, genera oportunidades para emprender nuevos negocios y desarrollar comunidades en el ámbito turístico.

GRÁFICO N° 11: ORGANIZACIÓN DE VIAJE

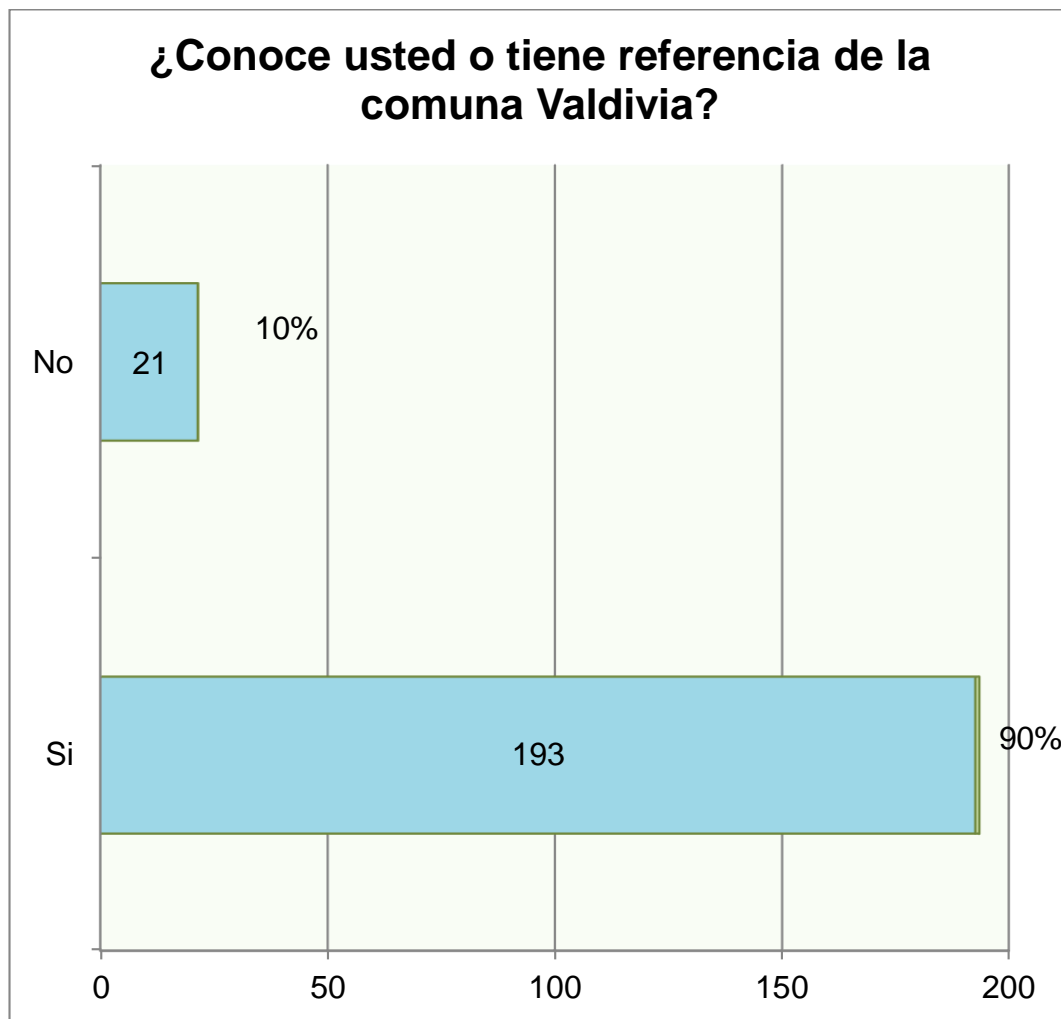


Fuente: Anexo #9 – Tabla N°11  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

Las encuestas presentan que el 43% lo hacen de manera independiente, el 25% visitan la zona con amigos, el 20% con sus familiares, el 8% a través de tur operadoras y el 4% por medio de agencias de intercambio.

Existe una superioridad de la tendencia independiente, con amigos y familia, frente al bajo índice de uso de operadoras de turismo, debido a la escasa oferta de este tipo de servicios en la provincia. Sin embargo según los resultados de la encuesta, en el medio, se está generando una corriente importante de arribos, a través de las agencias de intercambio, lo que resulta una oportunidad valiosa para que extranjeros conozcan la comunidad.

GRÁFICO N° 12: CONOCIMIENTO SOBRE LA COMUNIDAD

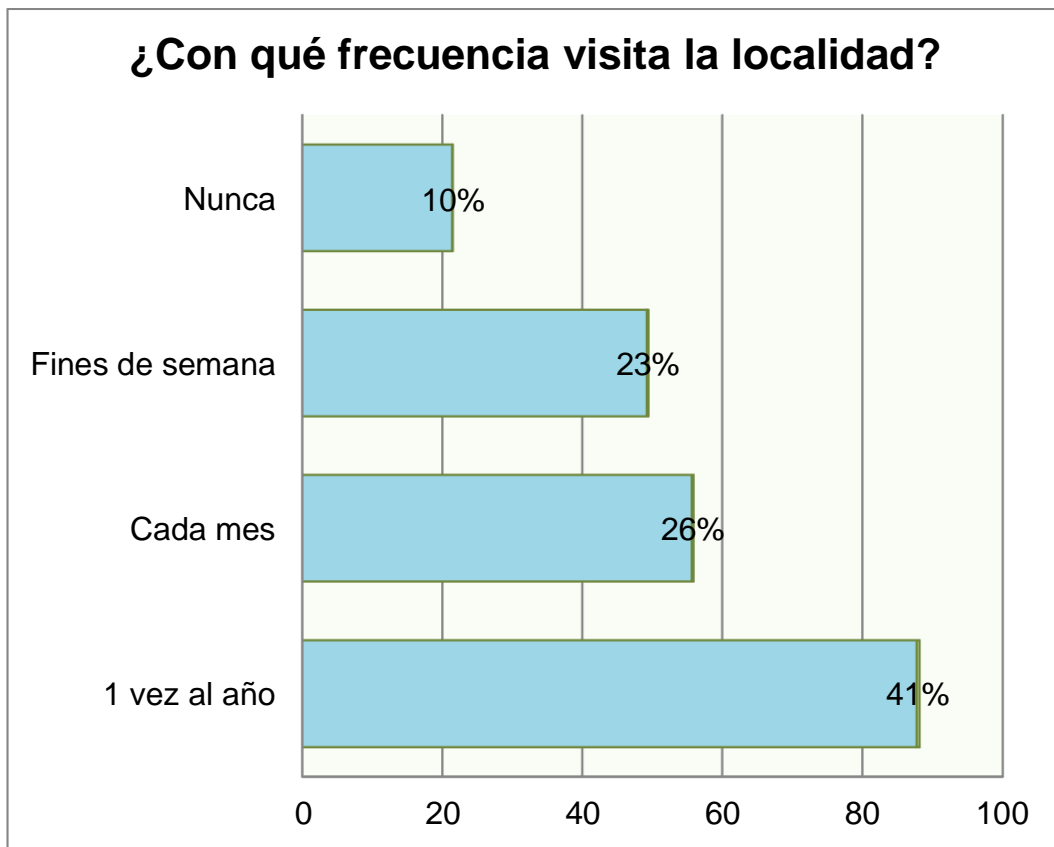


Fuente: Anexo #9 – Tabla N°12  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

Los visitantes de la provincia de Santa Elena manifestaron en un 90% que si conocen la comunidad ya sea por sus diferentes atractivos con los que esta cuenta o porque tienen alguna referencia (sabe cómo llegar y tiene una idea de que atractivos posee), y tan solo el 10% supieron contestar que no la conocen.

Es importante recalcar que Valdivia se encuentra en una zona accesible para los visitantes, por encontrarse en plena vía de la afamada Ruta del Spondylus, cerca de comunidades reconocidas como Ayangué y Montañita, lo que representa una valiosa oportunidad para este sector.

GRÁFICO N° 13: FRECUENCIA DE VISITA

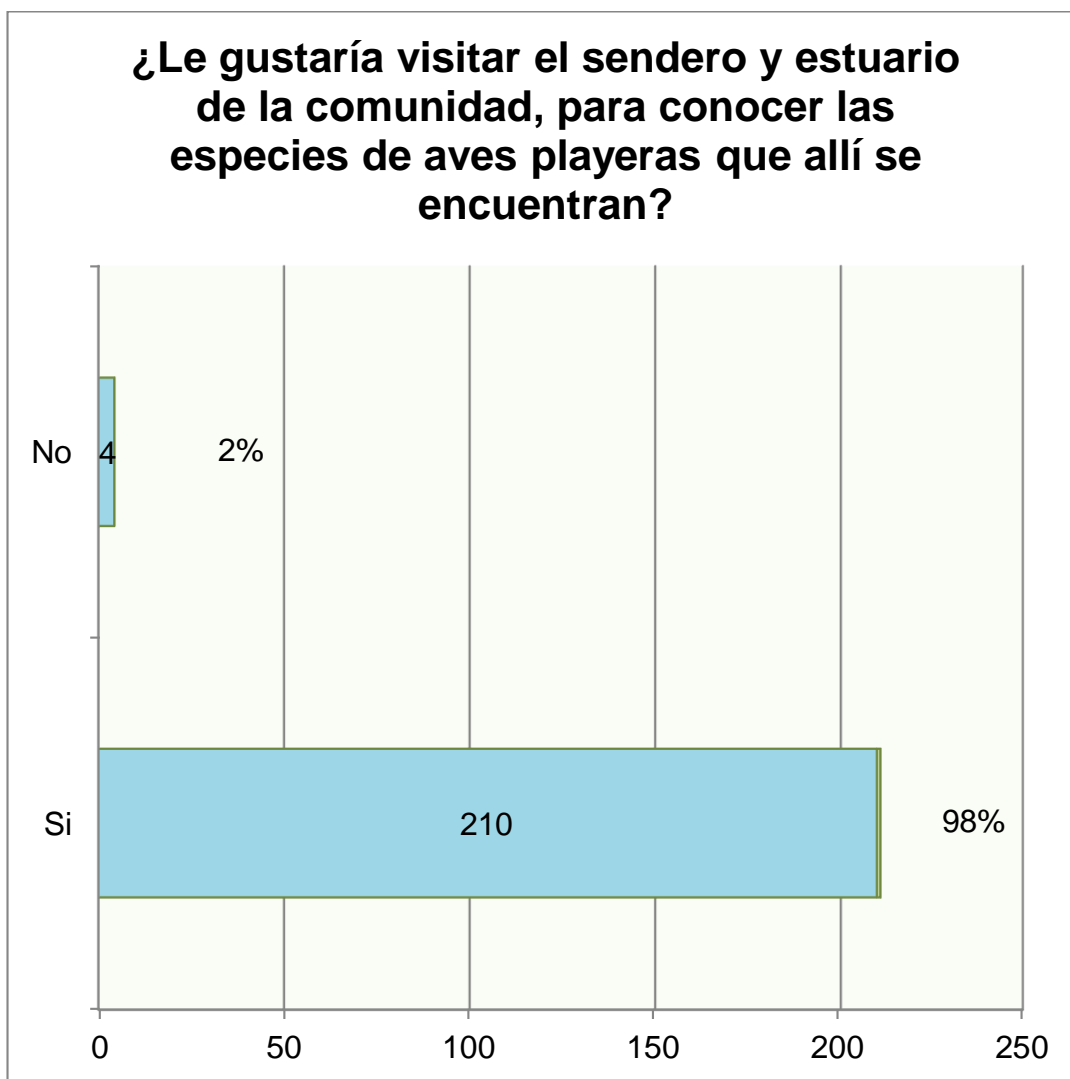


Fuente: Anexo #9 – Tabla N°13  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

La distribución queda constituida de la siguiente manera: El 41% de los visitantes 1 vez al año llegan a la provincia, el 26% lo hacen cada mes y el 23% acuden en fines de semana., el otro 10% restante contestaron que no tienen referencia del lugar. Las personas que viajan anualmente son las que llegan en temporada alta (feriados), donde se da la mayor afluencia de turistas. Mientras que el otro 26% y 23% están más fidelizados ya que acuden asiduamente, cada mes o en fines de semana.

Las 21 personas que respondieron nunca haber visitado este espacio, son el reflejo de un grado importante de desconocimiento, sin embargo la comunidad mantiene fidelizado a sus clientes actuales, ya sea por sus atractivos o por los servicios que se puede obtener.

GRÁFICO N° 14: INTERESADOS EN CONOCER EL SENDERO

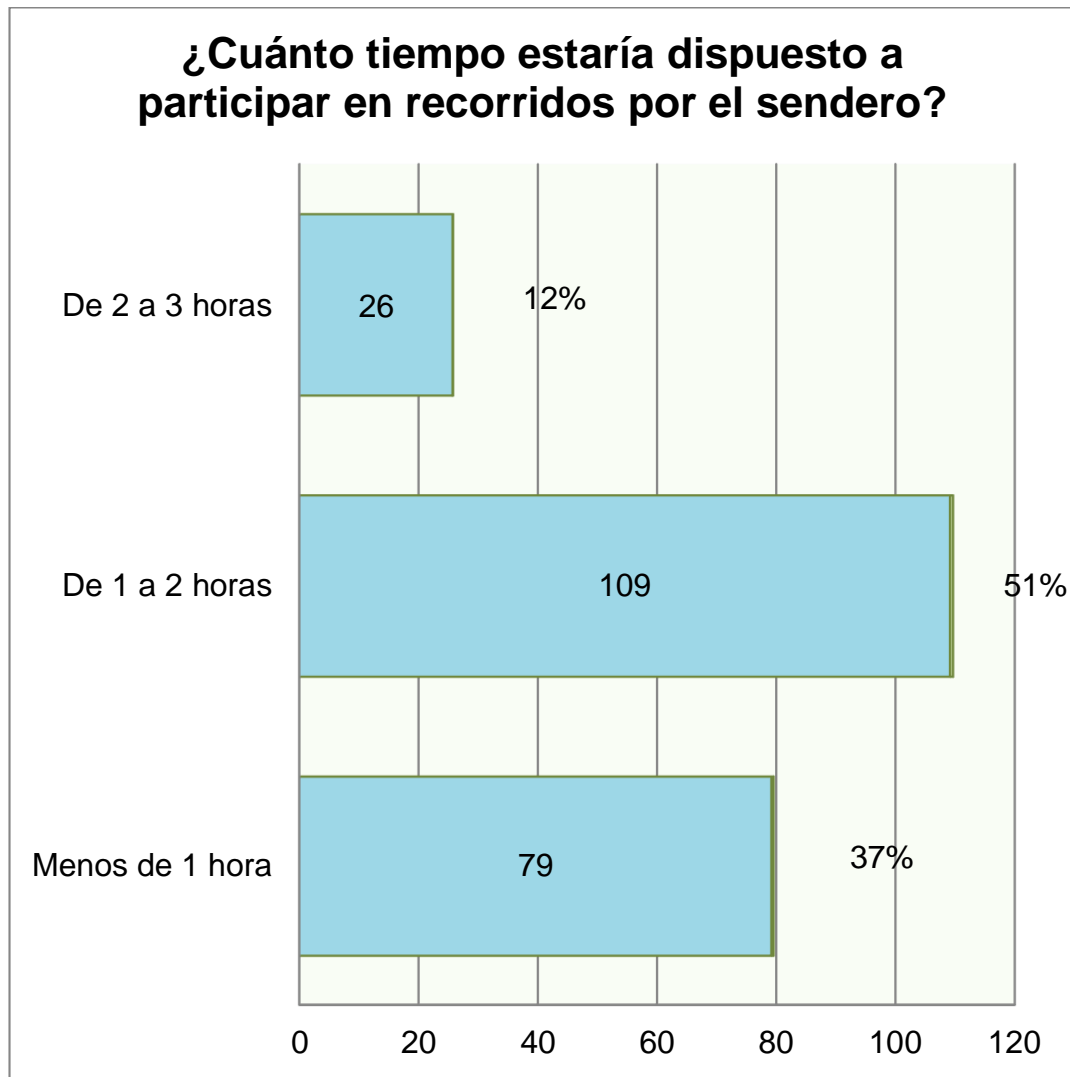


Fuente: Anexo #9 – Tabla N°14  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

El 98% de las personas que fueron encuestadas objetaron que si les gustaría conocer el sendero y avistar la flora y fauna local, especialmente el tipo de aves playeras, detectando la necesidad que tienen los turistas por adquirir servicios vinculados con el turismo de naturaleza.

Realizar adecuaciones en el sendero, permitiría acercar al turista con la flora y fauna local, generándose el efecto multiplicador del turismo, para los stakeholders (todos los involucrados).

GRÁFICO N° 15: TIEMPO DE PARTICIPACIÓN EN RECORRIDOS

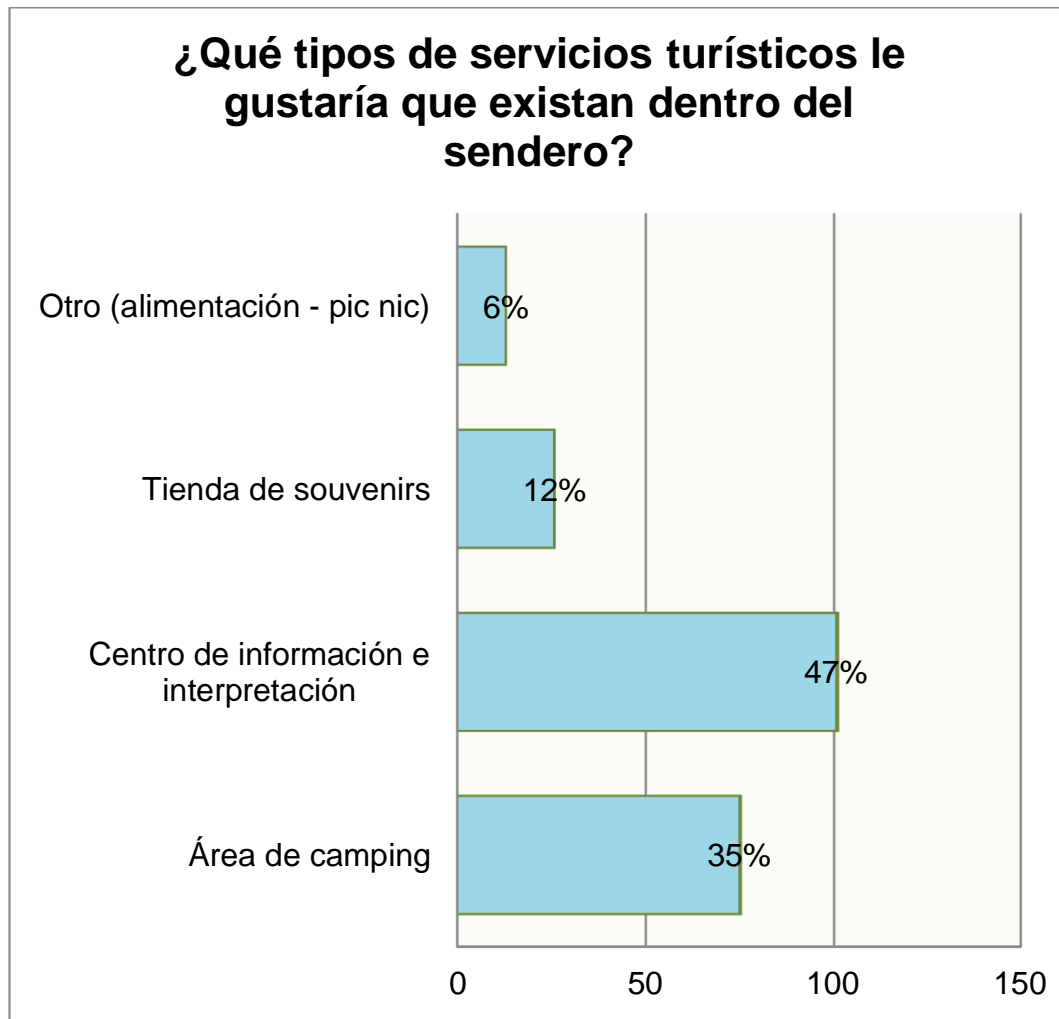


Fuente: Anexo #9 – Tabla N°15  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

El tiempo selecto por los turistas se encuentra entre 0 y 2 horas, ya que el 88% de visitantes desea estar dentro de los recorridos hasta dos horas, de los cuales el 51% eligió un tiempo de 1 a 2, mientras que 37% menos de 1; apenas el 12% prefiere grandes recorridos.

Por ende, se deberían organizar dentro del sendero recorridos completos en corto tiempo, tratando de que el turista pueda apreciar todas las bondades que ofrece este espacio y obtenga una experiencia agradable de su visita.

GRÁFICO N° 16: SERVICIOS TURÍSTICOS COMPLEMENTARIOS

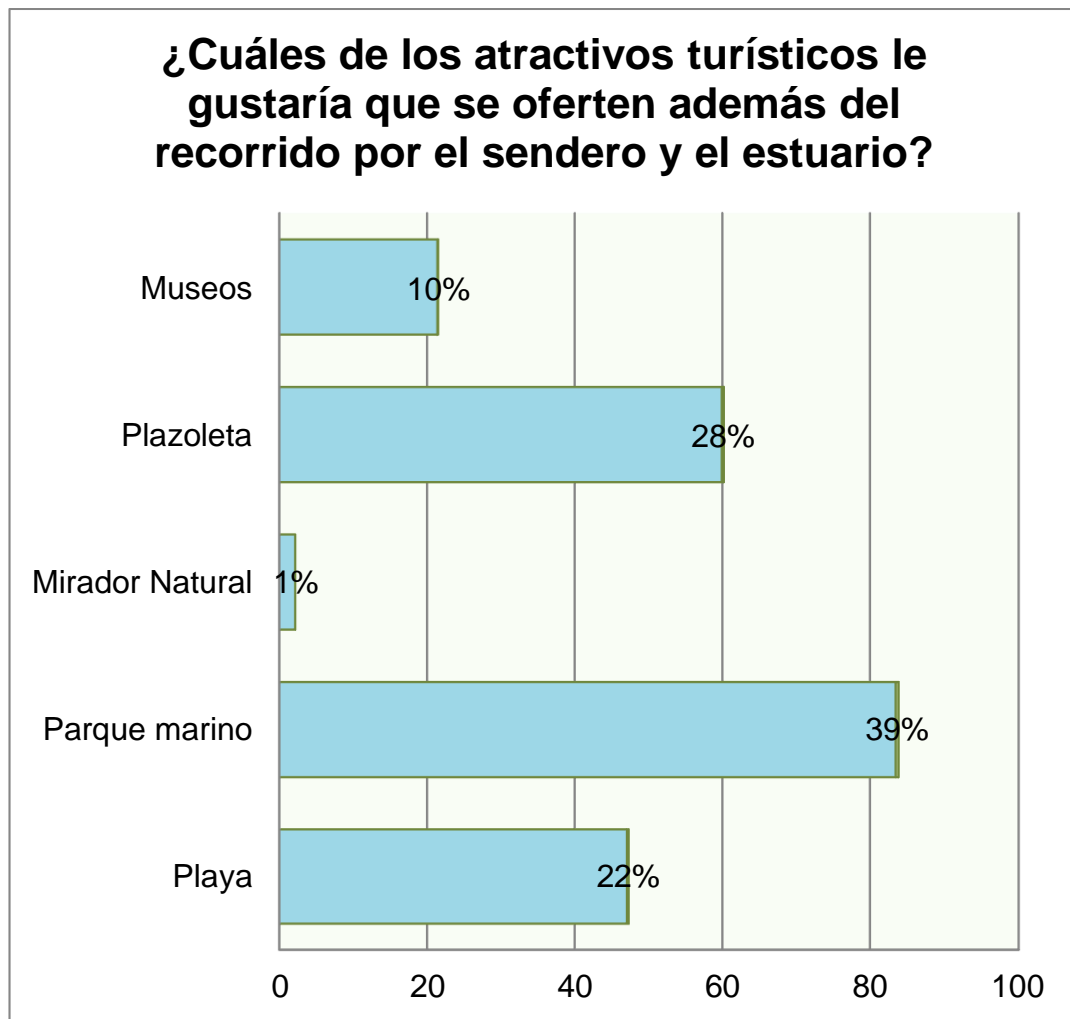


Fuente: Anexo #9 – Tabla N°16  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

El 47% de los turistas prefieren un centro de interpretación e información ya que de esta manera adquieren información más precisa de lo que realizará, el 35% requiere de un área de camping que les permita descansar en un sitio asignado, al 12% le gustaría visitar una tienda de artesanías para adquirir algún recuerdo por su visita, el 6% necesitan el servicio de alimentación y armado de picnics en el campo.

A través de estos datos se han determinado las facilidades que debe poseer el sendero, pues son las exigencias de la demanda futura o potencial.

GRÁFICO N° 17: ATRACTIVOS VINCULADOS AL SENDERO



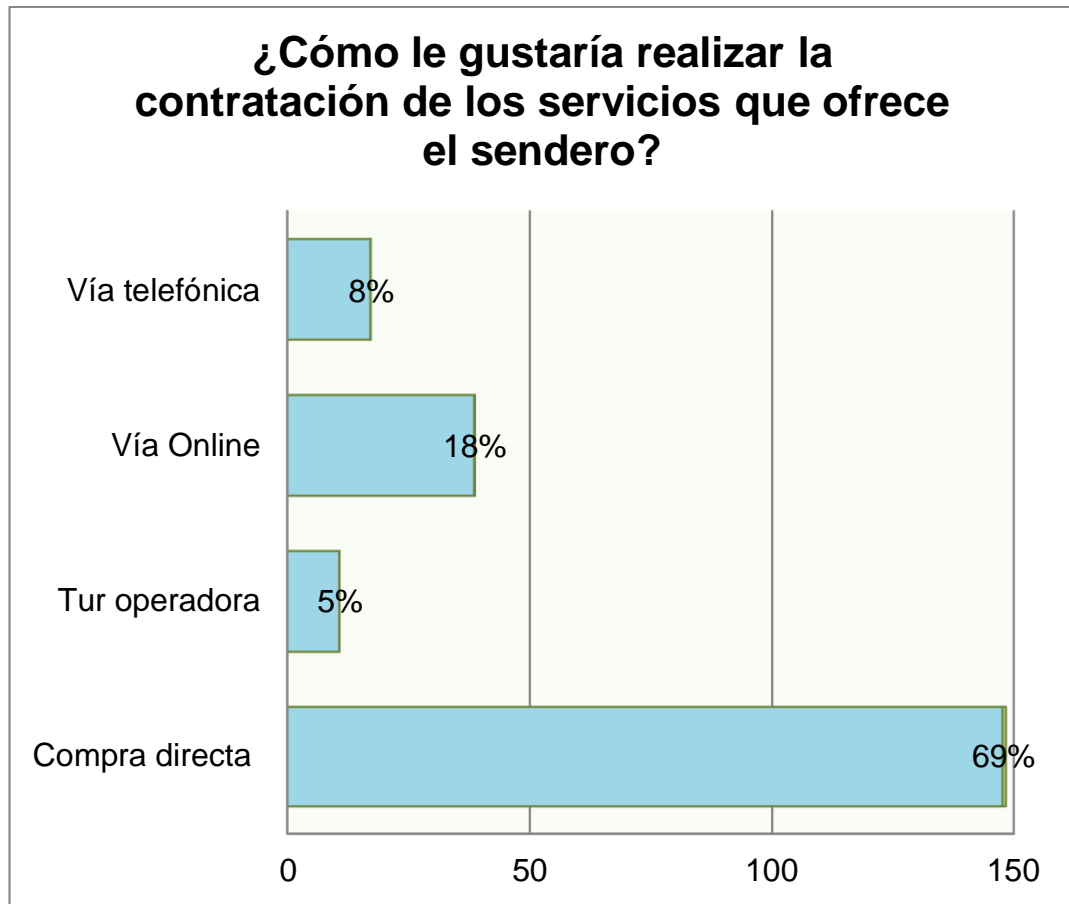
Fuente: Anexo #9 – Tabla N°17  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

El 39% de personas que fueron encuestadas contestaron que el atractivo turístico que más le gusta es el parque marino por la diversidad de especies que exhibe, al 28% le agradaría visitar la plazoleta ya que es la entrada principal y adquirir algún producto artesanal, el 22% recorridos por la playa, el 10% prefiere conocer más sobre arqueología visitando los museos, de igual forma el 1% visitaría el mirador natural.

Esta interrogante ha determinado a los posibles atractivos que se vincularían como complemento a los recorridos de los senderos, diseñando un paquete turístico.



GRÁFICO N° 18: MEDIOS DE CONTACTO Y CONTRATACIÓN DE SERVICIOS



Fuente: Anexo #9 – Tabla N°18  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

La mayoría de personas encuestadas realizarían la contratación de servicios por compra directa ya que el 69% eligió esta respuesta, el 18% prefiere hacerlo por vía Online, el 8% utilizaría la vía telefónica para sus reservaciones, el 5% por medio de tur operadoras. Es por ello que es recomendable la creación de una página web, que muestre promociones, artículos científicos relacionados con senderos y especies locales.

Esta cuestión permitió identificar la forma de contratación de servicios preferida por los turistas, considerando a la compra directa y online que tuvieron mayor acogida.

## **ANÁLISIS INTEGRADOR**

Según los datos recuperados en el campo el tipo de visitante que acude a la provincia de Santa Elena es el turista nacional e internacional puesto que se está generando 2 corrientes de importantes de desplazamientos (turismo interno e internacional), con una preparación académica media - alta, puesto que predominan grupos con educación superior y secundaria.

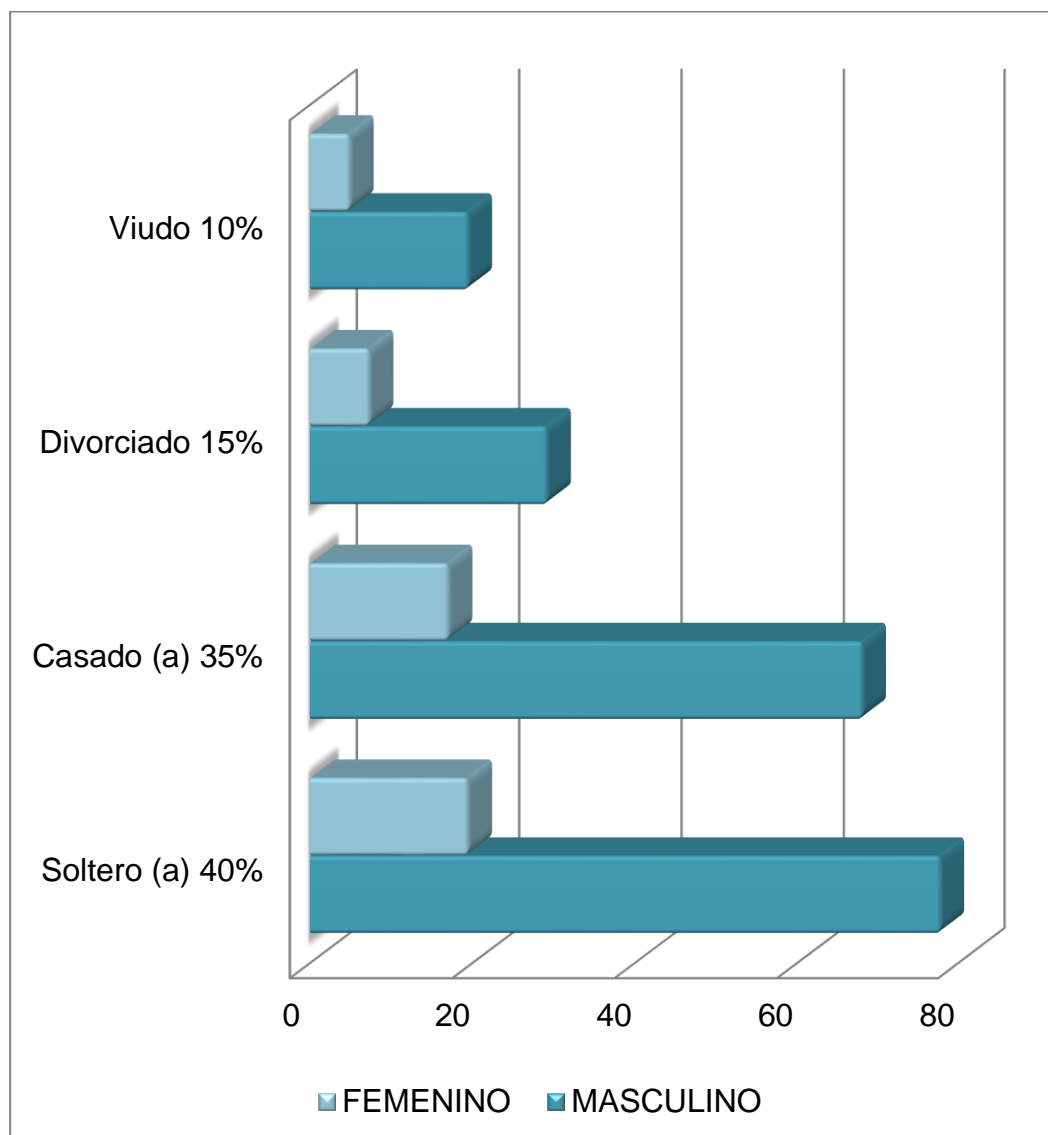
Hombres y mujeres presentan la misma cantidad de arribos, entre solteros (as) y casados (as), con edades que van desde 18 a 30 años, quienes tienen por principal motivación de viaje las vacaciones y visita a familiares o amigos; atrayéndoles las actividades vinculadas con el turismo de sol y playa, ecoturismo, y práctica de deportes. Ellos y ellas arman sus viajes solos (as), o acompañados (as) de familiares y amigos, generalmente conocen la comuna Valdivia ya que la visitan 1 vez al año, o cada mes.

A este tipo de turistas le gustaría conocer el sendero y avistar las aves, recorriéndolo por un tiempo comprendido de 1 a 2 horas, que requiere en su visita a senderos un centro de interpretación e información, un área para acampar, y una tienda de recuerdos, le gustaría que incluyeran otros espacios llamativos, especialmente de los atractivos parque marino y plazoleta, (atractivos cercanos al estuario) quienes prefieren adquirir el servicio directamente o a través de medios globales como el internet.

### **2.2.2. Encuestas a la comunidad local**

La muestra determinada para los pobladores locales, tuvo un total de 243 encuestas, mismas que fueron realizadas durante una semana con la ayuda de la señora Janina Mirabá Yagual, en la tercera semana del mes de septiembre del 2015, desde las 09:00 am hasta las 16:00 pm, teniendo un receso de una hora a las 13:00 pm.

GRÁFICO N° 19: SEXO Y ESTADO CIVIL

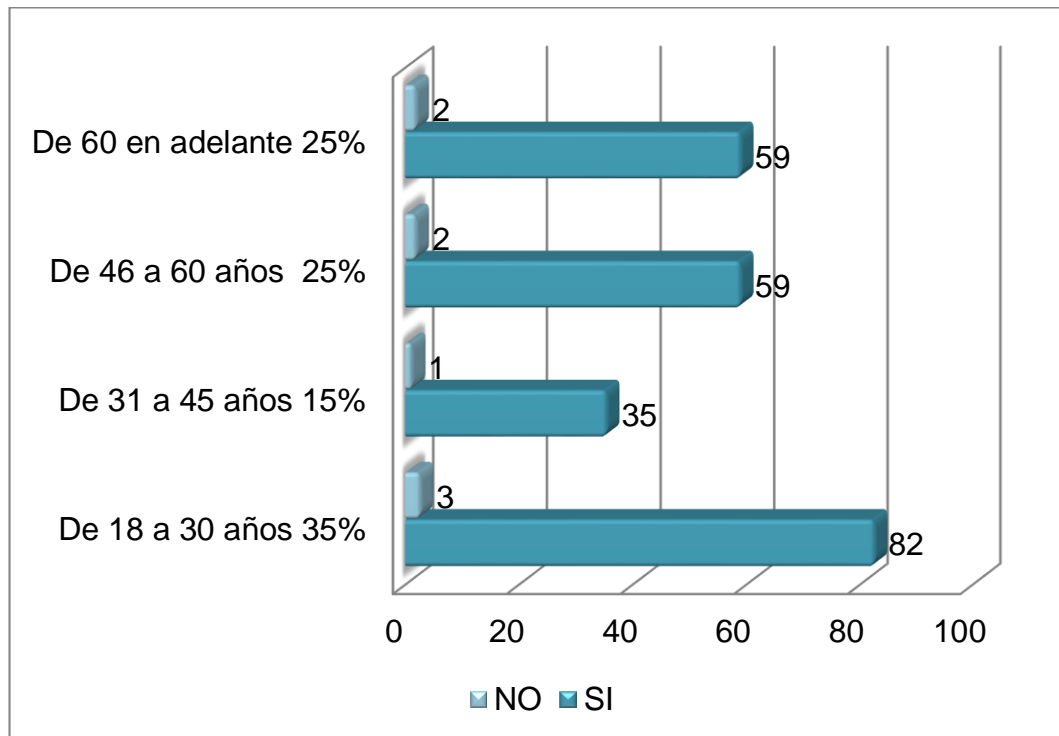


Fuente: Anexo #10 – Tabla N°19  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

Del total de las encuestas, 194 son del sexo masculino que equivalen el 80%, mientras que 49 personas del sexo femenino representan el 20%. También la gráfica muestra que: el 40% son solteros(as), el 35% son casados (as), el 15% son divorciados (as) y el 10% son viudos (as).

Determinándose que la mayor concentración de personas se encuentra entre los solteros (as) y casados (as) y que apenas una minoría son divorciados y viudos.

GRÁFICO N° 20: EDAD Y CONOCIMIENTO DEL SECTOR LA BOQUITA



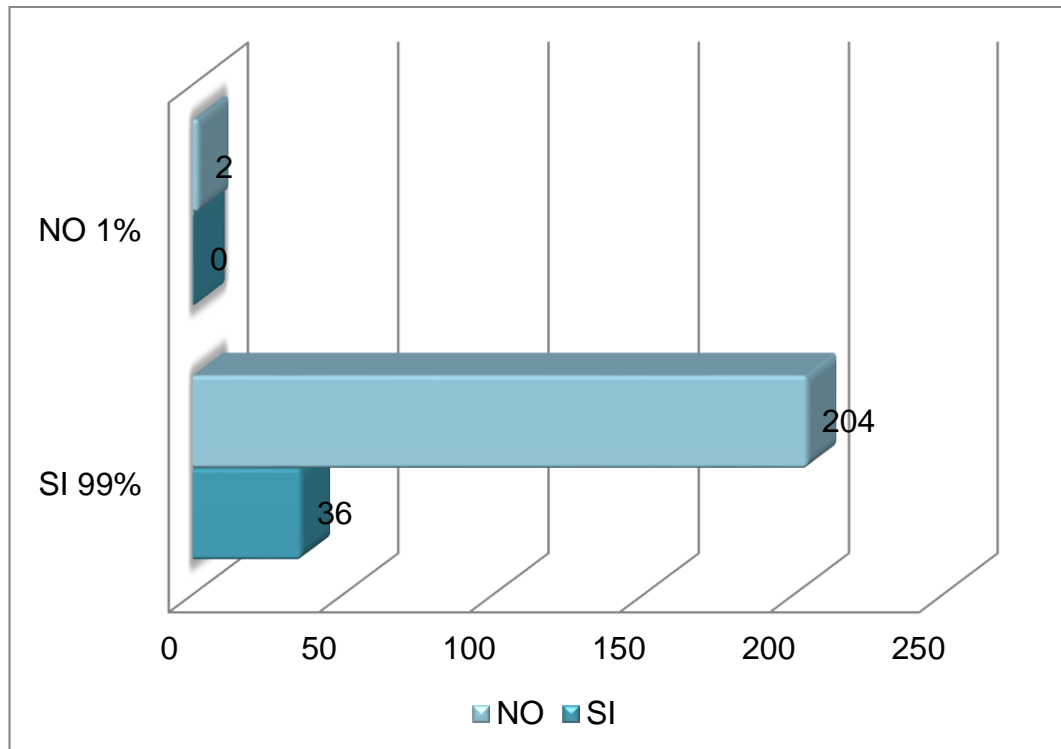
Fuente: Anexo #10 – Tabla N°20  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

Del total de personas encuestadas, el 35% tienen entre 18 y 30 años, estos datos mantienen coherencia debido a que se encuestó a 85 personas que son jóvenes, seguida del 25% que corresponde a edades que van desde 46 años en adelante, es decir mayores y adultos mayores.

La edad con menor aporte en la muestra es de 31 a 45 años el 15% que equivalen a tan solo 36 personas. También el 97% de los encuestados que conciernen a 236, contestaron que sí conocen el estuario ya que es un sector donde van a recrearse en temporada playera por la tranquilidad de sus aguas, también porque muchos pescadores acuden con sus atarrayas. Por otra parte el 3%, es decir 7 habitantes manifestaron que no conocen el lugar.

Lo antes descrito permite concluir que es una zona conocida y concurrida por los pobladores, incluyendo a los más jóvenes.

GRÁFICO N° 21: CONOCIMIENTO SOBRE LAS AVES Y ACEPTACIÓN DEL SENDERO

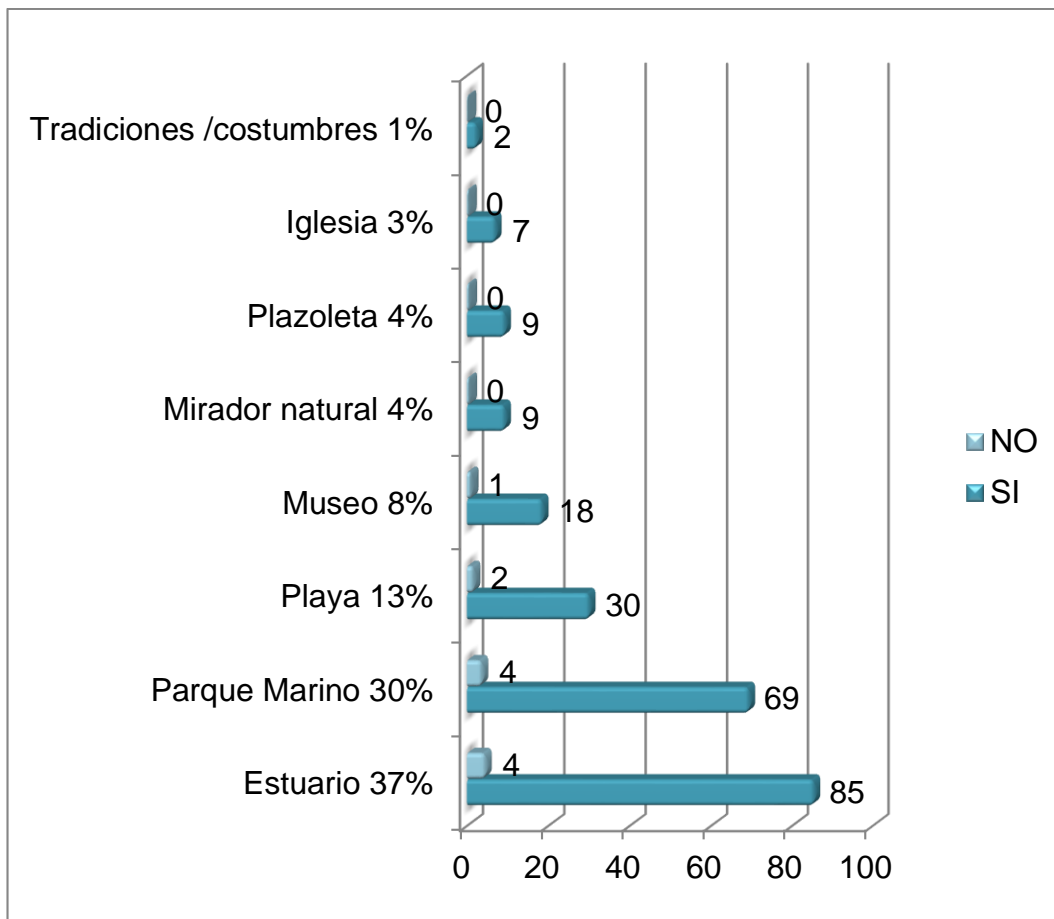


Fuente: Anexo #10 – Tabla N°21  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

La gráfica especifica que 36 personas que conforman el 15% contestaron que si conocen el tipo de aves que existen en el lugar, mientras que 207, es decir el 85% manifestó que no conocen las diferentes especies que se presentan en el lugar. Esta cifra demuestra que es poco el conocimiento acerca de su riqueza animal existente en los ecosistemas locales. Se debe trabajar en procesos de fortalecimiento de la conciencia ambiental.

Al mismo tiempo se traza que el 99% de los habitantes de la comuna Valdivia que fueron encuestados contestaron que “si” están de acuerdo con que exista un sendero ya que sería una buena oportunidad para que se desarrolle este sector a través del turismo, a pesar de que el 1% manifestó no estar de acuerdo con el diseño del sendero. Esto indica que la población está consciente de los recursos que posee, y que cada vez son más los que se involucran en la industria turística.

GRÁFICO N° 22: EL SENDERO Y SU VINCULACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

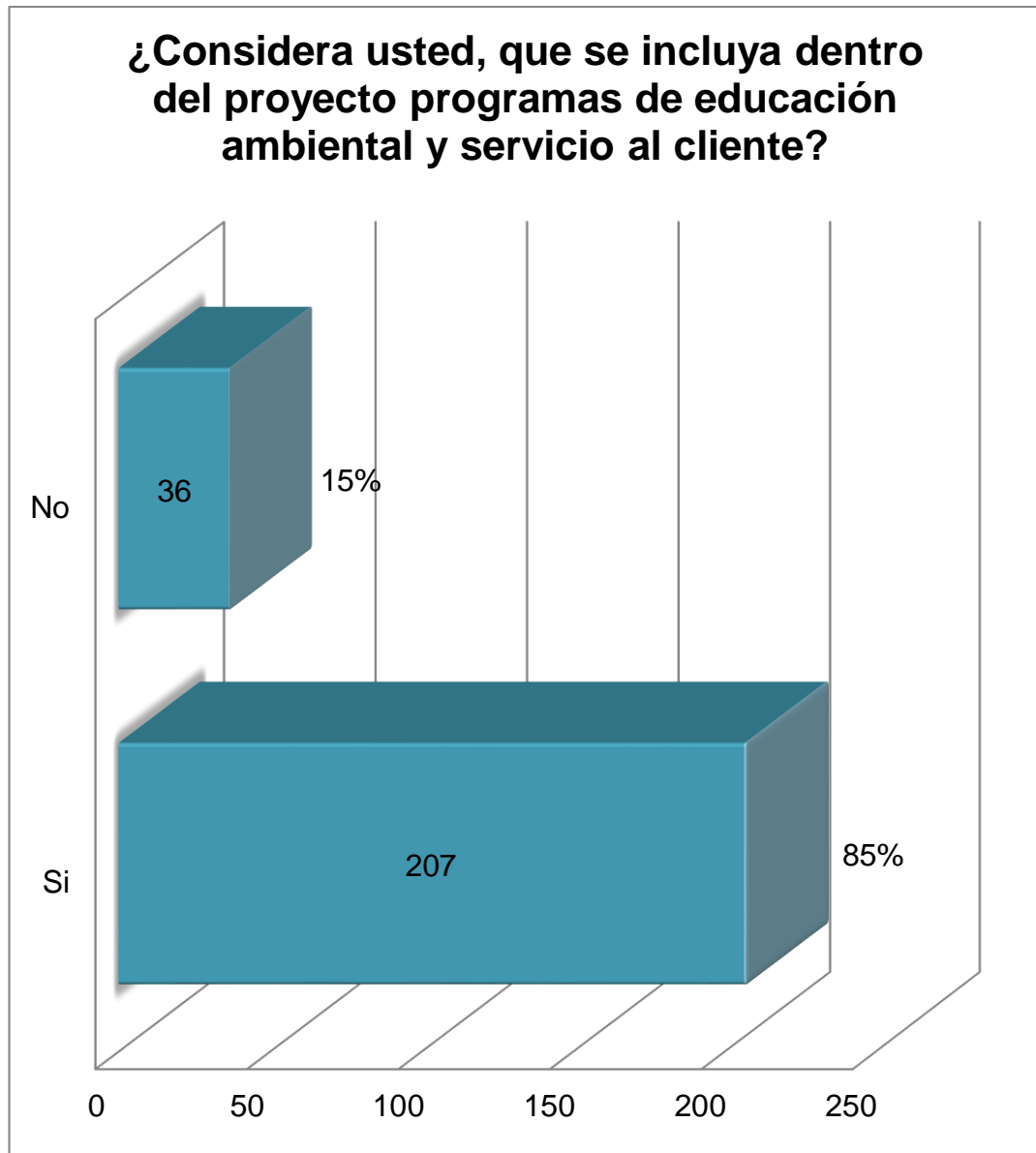


Fuente: Anexo #10 – Tabla N°22  
 Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

La gráfica permite descifrar que 243 encuestas se encuentran con respuestas afirmativas, es decir el 95% y el restante 5%, son 12 respuestas negativas. Estos indicadores permiten demostrar que la mayoría de comuneros aspiran a que se integren todos sus atractivos, de manera que se generen oportunidades para ellos.

El 37% de los habitantes manifestaron que prefieren que el sendero se vincule con el estuario, el 30% al parque marino, el 13% la playa, el 8% desean que se difundan los museos arqueológicos de la población, el mirador natural y la plazoleta obtuvieron 4% respectivamente, mientras que la iglesia 3% y las tradiciones y costumbres el 1%.

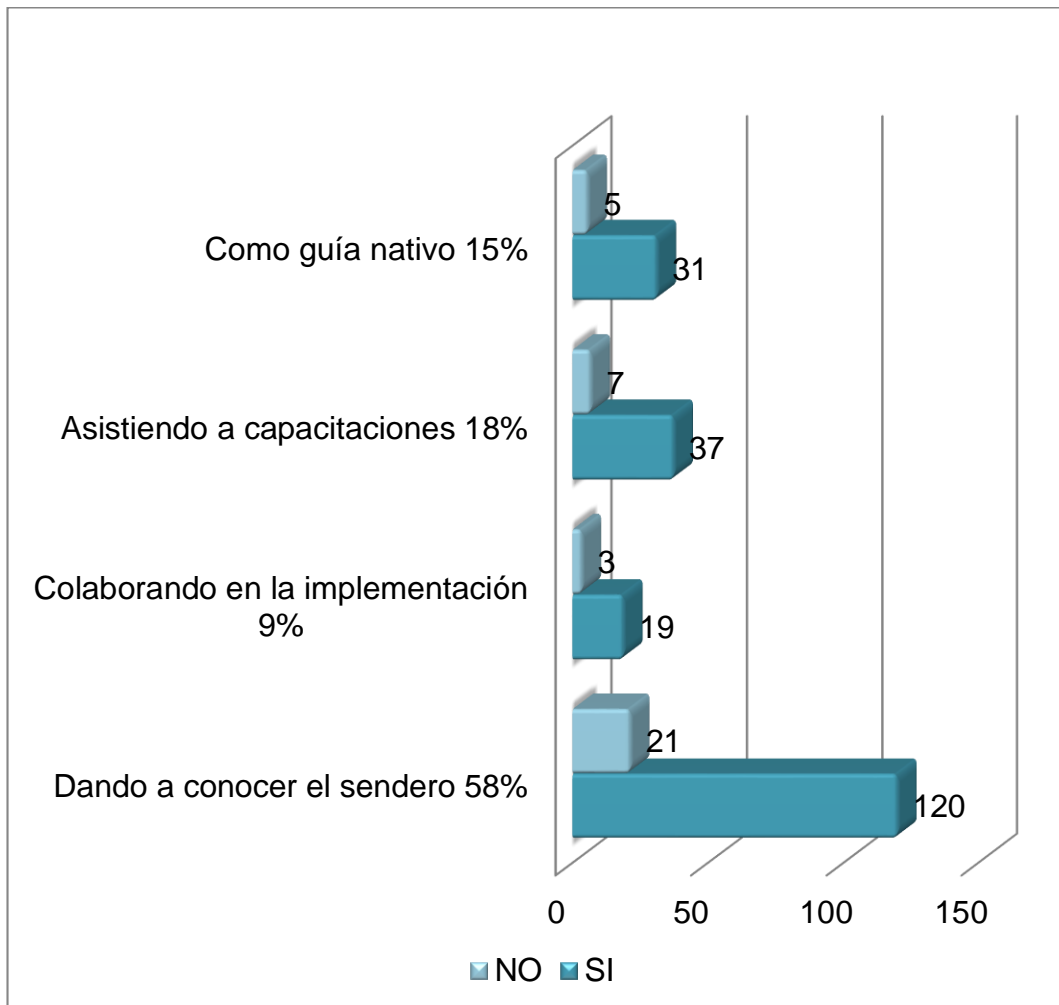
GRÁFICO N° 23: CAPACITACIONES EN SERVICIO AL CLIENTE Y EDUCACIÓN AMBIENTAL



Fuente: Anexo #10 – Tabla N°23  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

El 85% de los encuestados manifestó que si están de acuerdo en que se dicten talleres con las temáticas: educación ambiental y atención al cliente, pues entienden que de esta manera se va tecnificando el servicio que se le brinda al turista, tan solo el 15% contestaron no estar de acuerdo con esta iniciativa, pues consideran conveniente que se realicen otras actividades.

GRÁFICO N° 24: PERSONAS QUE COLABORARÍAN CON EL PROYECTO



Fuente: Anexo #10 – Tabla N°24  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

Alrededor de 207 encuestados contestaron que si les gustaría participar e involucrarse dentro del diseño del sendero, puesto que la sociedad de Valdivia es activa y colaboradora. Sin embargo 36 no desean participar en los programas por diferentes razones.

También al 58% “si” le gustaría que exista un sendero para el avistamiento de aves manifestaron que participarían dando a conocer el sendero, el 18% asistiría a capacitaciones para brindar un mejor servicio, el 15% aportaría como guía nativo, y el 9% contribuiría en su implementación.



### **2.2.3. INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS A POBLADORES**

La mayoría de los pobladores valdivianos encuestados son de sexo masculino, entre solteros y casados, con una edad que oscila entre 18 a 30 años, quienes conocen el sendero y el estuario La Boquita, con poco conocimiento de las especies animales y vegetales del sector, sin embargo están de acuerdo en que se diseñe un sendero.

Prefieren que se incluyan dentro de la organización de los recorridos a otros atractivos como el estuario, el parque marino y la playa, demandan programas de capacitaciones en temas relacionados a la interpretación ambiental y servicio al cliente, quienes en su mayoría se involucrarían en el proyecto, dando a conocer el sendero a los turistas y asistiendo a las capacitaciones; proporcionando un panorama favorable para el trabajo que desea realizarse en la comunidad.

### **2.2.4. Análisis e interpretación de los resultados de las entrevistas**

**Preg.1: ¿Conoce usted la diversidad de atractivos turísticos que existen en la comuna Valdivia?**

Las autoridades locales Sr. Juan Ramírez, máximo representante del cabildo comunal y Sr. Homero de la Cruz presidente del comité de turismo respondieron que si conocen los atractivos con los que cuentan, en donde detallaron: iglesia Nuestra Señora del Carmen, playa, Plazoleta Venus de Valdivia, parque marino, y los museos (Arqueológico Valdivia, El Ángel, Las Calaveras).

Por otro lado las autoridades de planificación del turismo, respondieron que si conocen y destacaron principalmente la playa, el museo arqueológico, el parque marino, plazoleta y dieron especial énfasis en la elaboración del calzado, ya que es un producto reconocido en el ámbito local y regional.

**Preg.2: ¿Considera Ud. que el estuario La Boquita de la comuna Valdivia debería considerarse como un atractivo turístico del sector por la diversidad de aves existentes?**

Representantes de la organización local respondieron afirmativamente, puesto que consideran que el Río Valdivia, y el estuario La Boquita, presentan gran belleza paisajística que puede acarrear a un turista nacional e internacional, además de que hacen referencia que son lugares con gran sentido cultural para ellos, puesto que allí han nacido mitos y leyendas como el tintín, el diablo y las calaveras.

También los profesionales entrevistados representantes de las entidades establecidas anteriormente en la población y muestra, respondieron que si se la puede considerar como un atractivo, a pesar de no estar desarrollado actualmente, puesto que este tipo de ecosistemas atrae a un tipo de turista especializado.

Aseguran que las nuevas tendencias del turismo y el cambio permanente del perfil del turista permiten que se desarrollen las comunidades con este tipo de productos turísticos.

**Preg.3: ¿Qué proyectos existen actualmente en beneficio del sector La Boquita de la comuna Valdivia?**

Existe un programa de recuperación del estuario, que ya se realizó en el año 2014, lográndose reforestar gran cantidad de especies vegetales, donde se sembró mangle.

Actualmente las unidades de planificación del turismo no cuentan con proyectos en beneficio de este sector, sin embargo aseguran respaldar iniciativas como el diseño del sendero para el avistamiento de aves playeras. Aunque la representante del Ministerio de Turismo asegura que el proyecto parque marino, incluye recorridos en bote por el estuario.

**Preg.4: ¿Considera usted, que se diseñe un sendero para el avistamiento de aves playeras en el manglar de la comunidad?**

Los 4 entrevistados aseguran que si es conveniente que se diseñe el sendero, ya que de esta manera se generan muchas posibilidades de negocios para los pobladores, también por que el nuevo turismo requiere de este tipo de productos turísticos. Es por ello que el 100% de los entrevistados apoya a esta iniciativa, haciendo comentarios positivos sobre este tema.

Las representantes del MINTUR y EMUTURISMO hacen referencia que el avistamiento de aves es una actividad que atrae a turistas mayoritariamente internacionales, quienes invierten grandes cantidades en sus viajes, pero que debe ser manejado con cautela, puesto a que el recurso ave es muy frágil ante los impactos.

**Preg. 5: ¿Considera Ud. conveniente que el sendero muestre otros atractivos turísticos además del manglar?**

Con respecto a este interrogante el 100% de los encuestados está de acuerdo que los turistas tengan la facilidad de conocer otras atracciones cercanas, ya que de esta manera el turista puede alargar su estancia dentro de la comunidad para disfrutar de todo el contenido turístico, y que de esta forma se generen oportunidades a más de un sector.

**Preg.6: ¿Qué programas existen actualmente en relación a la conservación de los senderos?**

Autoridades locales, solo cuentan con el programa de reforestación del sendero, pero creen que es importante el aporte que hace el personal del acuario quienes recuperan a las especies heridas, especialmente de pelícanos, fragatas y piqueros. Mientas que los planificadores afirman que están trabajando en los senderos de las

comunidades: La Entrada, Dos Mangas, Loma Alta, y Sinchal; realizando programas de capacitación en temas como inglés, atención al cliente y se está preparando a los guías nativos, para que se profesionalicen.

De la misma forma se están organizando eventos deportivos, principalmente en el sendero Sinchal, donde se practican ciclopaseos y carreras de ciclismo de montaña.

**Preg.7: ¿De qué manera aportaría usted o la institución a la que pertenece, al diseño de un sendero para el avistamiento de aves en el sector La Boquita de la comuna Valdivia?**

El cabildo está dispuesto a apoyar toda iniciativa en beneficio de la comunidad, intercediendo para que se le ceda un permiso para realizar las investigaciones, aportando con la información que requiera el investigador. También el presidente del comité de turismo, aportaría con información e ideas para el diseño del sendero, además solicitaría a todos los socios se capaciten y puedan dar una información valiosa al turista con relación al estuario y al sendero.

MINTUR apoyaría con la preparación de los guías nativos, en tema de guianza, atención al cliente, e inglés. Aseguran que existen fondos destinados para la inversión en sectores que requieran desarrollarse, pero que deben presentarse las respectivas propuestas. EMUTURISMO, por su parte apoyaría en proyectos de capacitación a la comunidad, y también aportaría en la ejecución del proyecto.

### **2.3. COMENTARIOS FINALES DE LOS DATOS CONSEGUIDOS EN EL CAMPO**

Los involucrados están de acuerdo en que se desarrollen nuevas modalidades de turismo en la comunidad, y esto es factible gracias a la existencia de nuevos productos tales como los senderos.

El visitante requiere de valor agregado y nuevas experiencias, mientras que los pobladores desean que lleguen más turistas para establecer un negocio, o contar con nuevas plazas de empleo, mientras que las autoridades tienen como obligación utilizar de la mejor manera los recursos del estado en proyectos productivos.

Existen muchas expectativas que giran en torno a la comunidad, puesto que es reconocida por su pasado patrimonial, cuenta con cierta clientela fidelizada que la visita frecuentemente, o al menos una vez al año. A este target (mercado objetivo), hay que dotarle de nuevas alternativas para enriquecer su experiencia en la localidad, también se presume que con el desarrollo de un sendero, se puede captar nueva demanda, apuntando a un turista de naturaleza y ecoturista.

#### **2.4. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS**

Los supuestos establecidos en la investigación deben ser comprobados o rechazados, con el fin de brindar objetividad a la presente investigación. Es por ello que se deben analizar cuidadosamente los resultados obtenidos en la pregunta que tiene mayor relación con la hipótesis de trabajo, que es:

*¿Considera usted, que se diseñe un sendero para el avistamiento de aves playeras en el sendero y estuario de la comunidad?, de esta manera se presentan los indicadores, donde H0 es la hipótesis nula y H1 es la hipótesis afirmativa.*

**H0:** El Diseño de un sendero para el avistamiento de aves en el sector La Boquita de la comuna Valdivia, parroquia Manglaralto, mediante el desarrollo de estudios técnicos de planificación y diseño, NO permitirá impulsar el desarrollo sostenible.

**H1:** El Diseño de un sendero para el avistamiento de aves en el sector La Boquita de la comuna Valdivia, parroquia Manglaralto, mediante el desarrollo de estudios técnicos de planificación y diseño, permitirá impulsar el desarrollo sostenible.

El siguiente cuadro presenta las frecuencias totales de las encuestas a los turistas, pobladores locales así como las entrevistas a las autoridades; quienes opinan positiva o negativamente sobre las preguntas de hipótesis planteadas.

CUADRO N° 16: Frecuencias y porcentajes observados

| <b>¿Considera usted, que se diseñe un sendero para el avistamiento de aves playeras en el sendero y estuario de la comunidad?</b> |                 |             |                        |             |                    |             |
|---|-----------------|-------------|------------------------|-------------|--------------------|-------------|
| <b>OPCIONES DE OPINIÓN</b>  | <b>TURISTAS</b> |             | <b>POBLACIÓN LOCAL</b> |             | <b>AUTORIDADES</b> |             |
|   | <b>F</b>        | <b>%</b>    | <b>F</b>               | <b>%</b>    | <b>F</b>           | <b>%</b>    |
| <b>NO (-)</b>   | 4               | 2%          | 2                      | 1%          | 0                  | 0%          |
| <b>SI (+)</b>   | 210             | 98%         | 241                    | 99%         | 4                  | 100%        |
| <b>TOTAL</b>  | <b>214</b>      | <b>100%</b> | <b>243</b>             | <b>100%</b> | <b>4</b>           | <b>100%</b> |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

CUADRO N° 17:  $\Sigma$  De las frecuencias observadas

| <b>INDICADORES</b> | <b>SI (+)</b> | <b>NO (-)</b> | <b>TOTAL</b> |
|--------------------|---------------|---------------|--------------|
| Turistas           | 210           | 4             | 214          |
| Población local    | 241           | 2             | 243          |
| Autoridades        | 4             | 0             | 4            |
| <b>TOTAL (Fo)</b>  | <b>455</b>    | <b>6</b>      | <b>461</b>   |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

Pero, las Fo deben ser comparadas con las frecuencias esperadas, es por ello que se deben determinar los valores esperados para cada indicador, acudiendo a la fórmula de probabilidad estadística, que es  $\frac{n \times \Sigma n}{t}$ ; donde n equivale indicador, y t al total de frecuencias, obteniendo las siguientes cantidades.

CUADRO N° 18: Frecuencias esperadas

| <b>VALOR ESPERADO</b> | <b>SI (+)</b> | <b>NO (-)</b> |
|-----------------------|---------------|---------------|
| Turistas              | 207           | 7             |
| Población local       | 238           | 5             |
| Autoridades           | 4             | 0             |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

Una vez planteadas las frecuencias observadas (Fo) y esperadas (Fe), se procede a condensar ambas frecuencias, de tal manera que se facilite el desarrollo de la fórmula del chi-cuadrado a cada indicador y que según De la Rosa, (2014) es:

$$X^2 = \frac{\sum(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

CUADRO N° 19: Frecuencias observadas y esperadas

|                 | Frecuencias observadas (Fo) |     | Frecuencias esperadas (Fe) |     |
|-----------------|-----------------------------|-----|----------------------------|-----|
|                 | (+)                         | (-) | (+)                        | (-) |
| Turistas        | 210                         | 4   | 207                        | 7   |
| Población Local | 241                         | 2   | 238                        | 5   |
| Autoridades     | 4                           | 0   | 4                          | 0   |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

Con el desarrollo de las ecuaciones por cada factor satisfactorio y no satisfactorio, se debe generar el siguiente cuadro de resultados:

CUADRO N° 20: Resultados de la aplicación de la fórmula

| INDICADORES     | (+)        | (-)        | TOTAL      |
|-----------------|------------|------------|------------|
| Turistas        | 0.03604205 | 1.10947738 | 1.14551943 |
| Población Local | 0.041      | 1.91537565 | 1.95673819 |
| Autoridades     | 0.00068652 | 0          | 0.00068652 |
| X <sup>2</sup>  | 0.07809111 | 3.02485303 | 3.10294414 |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

Seguidamente se deben establecer los grados de libertad (contraste entre el valor numérico y el valor teórico), aplicando la fórmula que cita De la Rosa, (2014) que es:  $gl = (f-1)(c-1)$ . Donde f, es el número de filas y c representa las columnas, para este caso se considera una tabla de 3 x 2, (3 filas y 2 columnas), determinando que el  $gl = 2$ , tal. Con Los grados de libertad y los valores establecidos en la metodología, que son 95% probabilidad de éxito y 5% de fracaso, se acude a las tablas del chi-cuadrado para ubicar el valor teórico.

**TABLA # 1:** Valor teórico en la tabla de distribución del Chi-cuadrado

| v/p | 0,001   | 0,0025  | 0,005   | 0,01    | 0,025   | 0,05    | 0,1     | 0,15    |
|-----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 1   | 10,8274 | 9,1404  | 7,8794  | 6,6349  | 5,0239  | 3,8415  | 2,7055  | 2,0722  |
| 2   | 13,8150 | 11,9827 | 10,5965 | 9,2104  | 7,3778  | 5,9915  | 4,6052  | 3,7942  |
| 3   | 16,2660 | 14,3202 | 12,8381 | 11,3449 | 9,3484  | 7,8147  | 6,2514  | 5,3170  |
| 4   | 18,4662 | 16,4238 | 14,8602 | 13,2767 | 11,1433 | 9,4877  | 7,7794  | 6,7449  |
| 5   | 20,5147 | 18,3854 | 16,7496 | 15,0863 | 12,8325 | 11,0705 | 9,2363  | 8,1152  |
| 6   | 22,4575 | 20,2491 | 18,5475 | 16,8119 | 14,4494 | 12,5916 | 10,6446 | 9,4461  |
| 7   | 24,3213 | 22,0402 | 20,2777 | 18,4753 | 16,0128 | 14,0671 | 12,0170 | 10,7479 |
| 8   | 26,1239 | 23,7742 | 21,9549 | 20,0902 | 17,5345 | 15,5073 | 13,3616 | 12,0271 |
| 9   | 27,8767 | 25,4625 | 23,5893 | 21,6660 | 19,0228 | 16,9190 | 14,6837 | 13,2880 |
| 10  | 29,5879 | 27,1119 | 25,1881 | 23,2093 | 20,4832 | 18,3070 | 15,9872 | 14,5339 |
| 11  | 31,2635 | 28,7291 | 26,7569 | 24,7250 | 21,9200 | 19,6752 | 17,2750 | 15,7671 |
| 12  | 32,9092 | 30,3182 | 28,2997 | 26,2170 | 23,3367 | 21,0261 | 18,5493 | 16,9893 |

Fuente: Tabla de distribución de  $X^2$

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

El valor que genera cualquiera de estos dos métodos es 5,9915, que es el denominado valor teórico, que debe ser comparado con el valor de 3.10 que es el valor matemático. La hipótesis nula se rechaza, puesto que el valor calculado es menor al valor sugerido o teórico de la tabla. Es por ello que se puede afirmar debidamente que la variable independiente (sendero para el avistamiento de aves), tiene una relación importante con la variable dependiente (desarrollo sostenible).

## 2.5. CIERRE DEL CAPÍTULO II

Los datos generados a través de los instrumentos, permiten afirmar que es necesario el diseño de un sendero turístico en la comuna Valdivia, para dinamizar el turismo y poder alcanzar el anhelado desarrollo sostenible. Es por ello que a través de las opiniones de turistas, comunidad y autoridades, se diseñará el sendero, de manera que se lo realice de forma integral, dando paso al Capítulo III, donde se plantean todas las fases, actividades, y recursos, que contiene esta investigación.



## **CAPÍTULO III**

### **3. “DISEÑO DE UN SENDERO PARA EL AVISTAMIENTO DE AVES MARINAS EN EL SECTOR LA BOQUITA DE LA COMUNA VALDIVIA, COMO ALTERNATIVA DE DIVERSIFICACIÓN TURÍSTICA, ECONÓMICA Y DESARROLLO SOSTENIBLE A PARTIR DEL 2016”**

#### **3.1. PRESENTACIÓN**

El diseño de un sendero para el avistamiento de aves marinas, en el sector La Boquita de la comuna Valdivia como estrategia de desarrollo sostenible, se ha realizado con el fin de aliviar las necesidades de la comunidad, ya sean de índole económico o de tipo social, puesto que trata de generar a través del turismo un efecto multiplicador, de manera que surjan nuevas oportunidades de empleo y emprendimientos para la población local.

En la ardua tarea de diseñar un sendero, se partió de la planificación, misma que corresponde a la delimitación de las fechas para el trabajo de campo y trabajo de laboratorio, de esta manera la parte teórica y práctica se ejecutaron de manera efectiva; dentro de esta categoría, se realizó un listado previo de las herramientas necesarias, que deberían ser gestionadas, estas son: gps, y carta topográfica de la parroquia. También se plantean como parte de la planificación preliminar, el objetivo general y los objetivos específicos a seguir en el proyecto. Una vez establecida la planificación inicial, se debió efectuar un diagnóstico, que conlleve a determinar las necesidades reales en el ámbito turístico, de la misma forma se analiza el potencial turístico que posee, considerando aspectos positivos y negativos del ambiente interno y externo, de manera que a través de aquello se planteen las posibles soluciones que se convertirán en los lineamientos o líneas de acción del proyecto.

Posteriormente se procede al diseño del sendero, estableciendo las rutas y el mobiliario y señalética necesaria para su implementación, determinando zonas de mayor interés, calculando la capacidad de carga, diseñando el centro de interpretación, entre otros pasos que considera una planeación efectiva de senderos, tal como se estableció con anterioridad dentro del capítulo I.

Seguidamente se recurre al branding, que de acuerdo con la traducción al español, significa gestión de marca, donde se deben plantear la parte filosófica y la parte gráfica o visual, estableciendo primeramente los objetivos, misión y visión; para posteriormente diseñar una marca visual llamada isotipo, complementado con el logotipo. Luego de aquello, se plantean los modelos de gestión o administración, que deberá implementar el sendero, mismo que contempla un plan promocional y publicitario, que sirva para difundir el lugar y sus bondades. Para finalmente establecer organismos y personas responsables, para el monitoreo y seguimiento del sendero.

### **3.2. JUSTIFICACIÓN**

El desarrollo turístico, es un estado que muchas de las naciones y localidades pretenden alcanzar, pero que es muy difícil de lograr, pues no solo depende de contar con atractivos llamativos que muchas veces pueden ser únicos, o con personas dispuestas a recibir turistas, sino que abarca un sinnúmero de actividades a las cuales se les denomina proceso de turistización. En donde se requiere de la capacidad de la población para planificar productos que se acoplen a las necesidades de los turistas, sin que esto tenga que generar algún tipo de impacto negativo al ambiente.

El proyecto tiene suma importancia para el desarrollo turístico sostenible de la comuna Valdivia, y especialmente al sector La Boquita, puesto que es el resultado de una intensa planificación de recursos, abarcando los diferentes sectores (sociales, económicos, políticos, culturales, patrimoniales y ambientales) de

manera de que el recurso manglar, sendero y aves, se mantenga en el tiempo, y que los beneficios generados por la captación de ecoturistas permitan desarrollar otros atractivos que no han podido convertirse en un nuevo producto turístico. Basando su accionar en los planes nacionales tales como el Plan de Turismo al 2020 y Plan Nacional del Buen Vivir, de manera que aporten a la consecución de los objetivos de dicho plan.

Los principales beneficiarios serán los pobladores de la comuna Valdivia, quienes captarán nuevas formas de trabajo e ingresos, de manera que se fortalezca el turismo como actividad productiva, mitigando las necesidades de la población, especialmente en temporadas de crisis, por escasas de pesca o por la reducción en la demanda del calzado.

El senderismo y el avistamiento de aves ofrecen una oportunidad única para captar nuevos mercados generando gran impulso al desarrollo local. Esto será posible con la participación activa y compromiso de los beneficiarios, para prepararse asistiendo a las capacitaciones, de manera que puedan generar un aporte valioso a este tipo de productos turísticos; también es esencial el apoyo de cada una de las entidades públicas y privadas cuya función es aportar en proyectos de desarrollo productivo y comunitario, para poder alcanzar cada uno de los objetivos establecidos y obtener resultados positivos.

### **3.3. DISEÑO DEL SENDERO**

#### 3.3.1. Planeación participativa

#### **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

Desarrollar turísticamente a la comuna Valdivia, a través del diseño de un sendero para el avistamiento de aves marinas que contribuya al mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad.

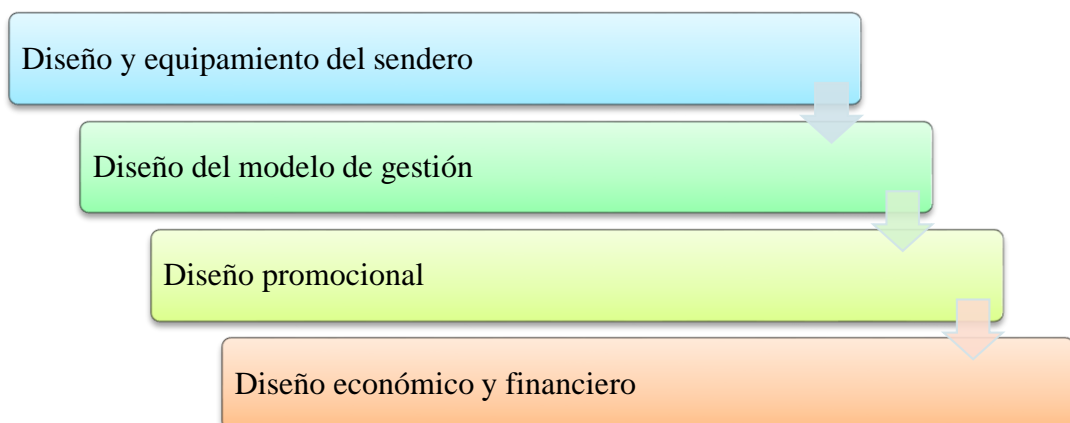
### OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Diagnosticar la situación actual de la comunidad, mediante la aplicación de herramientas que permitan seleccionar a los principales recursos para el sendero.
- Determinar el tipo de sendero, mobiliario y equipamiento óptimo, mediante la planificación y diseño, logrando un recorrido de gran contenido turístico y de calidad.
- Estipular las condiciones administrativas idóneas, mediante la aplicación del proceso administrativo, que será base para la operación del sendero.
- Diseñar la marca turística, mediante estudios de branding que permitan posicionar al sendero en el mercado.

### 3.3.2. Metodología del proyecto

La propuesta de solución al problema establecido requiere de varios pasos a seguir, con el fin de lograr un diseño idóneo del sendero, que permita desarrollar sosteniblemente a la comuna Valdivia, y en especial al sector donde se realizará esta nueva actividad ecoturística. Por ello se plantea el siguiente esquema:

ILUSTRACIÓN N° 13: Metodología a seguir en el proyecto



Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

### 3.3.3. Diagnóstico del sector

#### 3.3.3.1. Inventario turístico de los atractivos de la comunidad

De acuerdo con la información primaria recabada en el campo y presentada dentro de los ANEXOS #11 y # 12, existen 13 atractivos turísticos; de los cuales 3 son sitios naturales y 10 se las considera como parte de las manifestaciones culturales.

Tal como muestra la siguiente tabla consolidada, 4 atractivos obtuvieron las calificaciones más altas elevándose a categoría III (atractivos con rasgos excepcionales), los cuales son el acuario con 52 puntos, la industria manufacturera con 55 puntos, el museo con 56 puntos y la playa con 60 puntos, lo que determina que son los principales productos que presenta la comunidad. Al mismo tiempo que se determina un gran potencial en recursos, con sus 10 atractivos restantes que alcanzaron puntuaciones desde 40 a 50 que corresponden a la jerarquía II (atractivos con algún rasgo llamativo).

**TABLA # 2:** Resumen del inventario de atractivos

| <b>ATRACTIVO</b>    | <b>CALIFICACIÓN</b> | <b>JERARQUÍA</b> | <b>CATEGORÍA</b> |
|---------------------|---------------------|------------------|------------------|
| Acuario             | 52                  | III              | MC               |
| Manufactura         | 55                  | III              | MC               |
| Playa               | 60                  | III              | SN               |
| Museo Valdivia      | 56                  | III              | MC               |
| Museo Las Calaveras | 50                  | II               | MC               |
| Museo El Ángel      | 50                  | II               | MC               |
| Iglesia             | 45                  | II               | MC               |
| Fiestas Patronales  | 48                  | II               | MC               |
| Platos Típicos      | 50                  | II               | MC               |
| Plazoleta           | 45                  | II               | MC               |
| Manglar             | 48                  | II               | SN               |
| Cerro               | 40                  | II               | SN               |
| Mitos y Leyendas    | 40                  | II               | MC               |

Fuente: Anexos #11 y #12

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

De la totalidad de atractivos se ha estimado conveniente conectar a los atractivos manglar, nuevo parque marino, mitos y leyendas; recursos que serán convertidos en, un nuevo ecoproducto que proporcione un cambio positivo y aporte a la consecución del desarrollo sostenible.

### 3.3.3.2. Emplazamiento del sendero

El inicio del sendero Los Mogotes se encuentra ubicado a la altura de la iglesia a 2 minutos del parador turístico, en las coordenadas geográficas Sur: 01°56.194` y Este: 080°45.544`, según marca el GPS. Mientras que el fin del estuario se encuentra en Playa Bruja, ubicación geográfica Sur: 01°54.339`y Este: 080°43.785.

**Clima:** Según lo establecido en el marco geográfico, la temperatura varía desde los 12 a 24° C, es decir es un clima tropical agradable para los turistas que lo visitan. Posee una humedad que varía entre 70 y 80%, es decir que el rango de humedad es normal, teniendo que los meses de mayor presencia de lluvias son: Junio y Julio, aunque desde Agosto a Enero, se presentan eventualmente lloviznas.

**Condiciones topográficas:** El sendero Los Mogotes, cuenta con varios tipos de terreno, con elevaciones escasamente pronunciadas por lo que se puede considerar como un terreno plano.

**Características geológicas:** No existe evidencia geológica importante, pues no se han registrado hallazgos de restos fósiles o similares. Mientras que la actividad volcánica en el sector es inexistente, también la actividad sísmica es reducida, puesto que pocas veces se sienten movimientos bruscos de la tierra.

**Suelo:** Los tipos de suelos que se han identificado en la zona son salinas, playas y terrenos fangosos, mismos que presentan poca erosión.

**Agua:** El principal afluente de agua dulce en la comunidad es el Río California o Valdivia, desemboca al mar, en el sector La Boquita, haciendo que el agua en este sector sea salobre. El agua presenta una coloración, clara, por lo que se estima que exista poca contaminación.

**Análisis sociocultural:** Cuenta con un gran valor cultural, aquí han nacido varios mitos y leyendas, ya que por la forma particular de su vegetación semejante a un tendido (cama y toldo), se dice que en este lugar duerme el tin tin y es aquí donde se lleva a las muchachas de cabello largo. El estuario también presenta importancia en la economía, puesto que en tiempos de pesca escasa, los pescadores faenan camarón, peces y cangrejos, con el fin de llevar el sustento a su hogar.

#### 3.3.3.3. Flora y fauna del estuario y sendero Los Mogotes

A) FLORA: La flora característica del sendero es típica de los ambientes desérticos o playeros, por estar cubiertos de tunas, árboles de cardón, mogote (característico de la comunidad), yerba mora, cactus y macateta. También se puede apreciar la especie de mangle blanco que en conjunto forman un majestuoso bosque de manglar.

B) FAUNA: El lugar cuenta con una variada vida animal, característica de los estuarios y manglares, estos son iguanas, cangrejos, y varios tipos de aves playeras, también se desarrollan peces como lisa y robalo, convirtiéndose en un punto estratégico de la pesca artesanal. La presencia de aves a lo largo del sendero es impresionable, por ello se la considera uno de los principales recursos a ofertar para los turistas, puesto que actualmente se han identificado a 19 especies diferentes de aves, de las cuales 3 se encuentran declaradas en estado de preocupación por la Birdlife, estas son el Chorlito de Wilson, el Zarapito Trinador y Chorlito Nevado; esta última tiene la particularidad de ser endémica de los países de América Latina.

De la misma forma existen otras especies que a pesar de no tener amenazas globales, cuentan con una belleza particular que atrae la atención de los amantes de la naturaleza tales como la fragata Magnífica, los 2 tipos de pelícanos (pardo y peruano), los 2 tipos de playeros (menudo y manchado), el gaviotín real y otros los cuales se detallan en el siguiente cuadro.

CUADRO N° 21: Listado de aves que se aprecian en el sendero

| N° | ESPECIE DE AVES                | NOMBRE CIENTÍFICO          |
|----|--------------------------------|----------------------------|
| 1  | Chorlito Collarejo o de Collar | Charadrius collaris        |
| 2  | Chorlito de Wilson             | Wilsonia del charadrius    |
| 3  | Chorlito Nevado                | Charadrius nivosus         |
| 4  | Chorlo Gris                    | Pluvialis squatarola       |
| 5  | Playero Manchado               | Actitis macularius         |
| 6  | Playero Menudo                 | Calidris minudis           |
| 7  | Cigüeñuela Común               | Himantopus himantopus      |
| 8  | Zarapito Trinador              | Numeius phaeopus           |
| 9  | Gaviotín Real                  | Sterna máxima              |
| 10 | Gaviota Reidora                | Chroicocephalus ridibundus |
| 11 | Gaviota Cabecigris             | Larus cyrocephalus         |
| 12 | Fragata Magnífica              | Fregata magnificens        |
| 13 | Garceta Nívea                  | Egretta thula              |
| 14 | Garceta Tricolor               | Egretta tricolor           |
| 15 | Garza Blanca o Real            | Ardea alba                 |
| 16 | Garza Nocturna                 | Nyctanassa violácea        |
| 17 | Pato Cuervo                    | Phalacrocorax. Olivaceus   |
| 18 | Pelícano Pardo                 | Pelecanus occidentalis     |
| 19 | Pelícano Peruano               | Pelecanus thagus           |

Fuente: Anexo # 14

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)



### 3.3.3.4. ANÁLISIS F.O.D.A. DEL SECTOR

CUADRO N° 22: FODA del sector

| FORTALEZAS  | OPORTUNIDADES   |
|---|---|
| <p><b>F1.</b> Los recursos naturales que posee: flora, fauna, y belleza paisajística del sector La Boquita.</p> <p><b>F2.</b> El contenido socio-cultural, que contienen Los Mogotes (importancia en los mitos, leyendas y economía).</p> <p><b>F3.</b> Contar con una accesibilidad fácil (puesto que se encuentra a pocos metros de la vía principal).</p> <p><b>F4.</b> Proyectos de reforestación del estero vigentes.</p> <p><b>F5.</b> Cercanía entre atractivos.</p> | <p><b>O1.</b> Deseo de los pobladores por integrarse al proyecto.</p> <p><b>O2.</b> Construcción del parque marino, aportaría a la difusión del atractivo por su cercanía.</p> <p><b>O3.</b> Incremento del aviturismo en el Ecuador.</p> <p><b>O4.</b> Preocupación de los organismos de planificación, por salvaguardar los recursos naturales.</p> <p><b>O5.</b> Fondos públicos destinados para la inversión de propuestas ecoturísticas.</p> |
| DEBILIDADES   | AMENAZAS  |
| <p>D1. Inexistencia actual de señaléticas ni mobiliario dentro del sendero.</p> <p>D2. Planta turística reducida.</p> <p>D3. Escaso conocimiento de las especies de aves existentes.</p> <p>D4. Falta de mantenimiento al sendero del pescador (Los Mogotes).</p> <p>D5. Carencia de baterías sanitarias y alcantarillado.</p>  | <p><b>A1.</b> Contaminación ambiental generada por la afluencia de turistas</p> <p><b>A2.</b> Desastres naturales</p> <p><b>A3.</b> Crisis y devaluaciones de monedas extranjeras o local.</p> <p><b>A4.</b> Expropiaciones de terrenos (invasiones)</p> <p><b>A5.</b> Delincuencia</p>   |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

CUADRO N° 23: Matriz estratégica FODA

| <b>FO</b>   | <b>DO</b>   |
|---|---|
| <p>F1O1: Gestionar capacitaciones en los temas guianza, atención al cliente, e interpretación ambiental.</p> <p>F2O2: Determinar el guión adecuado del atractivo, complementando al avistamiento de aves con el aprendizaje de mitos y leyendas o vinculándola al parque Marino.</p> <p>F3O3: Diseñar planes promocionales, de manera que se pueda difundir el atractivo, dándose a conocer a través de un portal web.</p> <p>F4O4: Gestionar otras campañas de reforestación del área 1 del sendero, con las instituciones del estado, tales como Ministerio de Ambiente y Ministerio de Turismo.</p> <p>F5O5: Diseñar itinerarios tomando en consideración todos los recursos naturales de la comuna Valdivia, de manera que el turista pueda disfrutar del sector.</p> | <p>D1O1: Involucrar a la población local en las diferentes etapas de la implementación del sendero.</p> <p>D2O2: Diseñar un centro de interpretación que dentro de sus instalaciones, tenga áreas con servicios turísticos</p> <p>D3O3: Diseñar un catálogo de aves y socializarlo con los pobladores, estableciendo la importancia debida que tiene el turismo ornitológico frente al desarrollo sostenible.</p> <p>D4O4: Diseñar el sistema de administración y mantenimiento del sendero, estableciendo al grupo responsable de su cuidado.</p> <p>D5O5: Gestionar las baterías sanitarias, que se instalarán alrededor del sendero.</p> |
| <b>FA</b>   | <b>DA</b>   |
| <p>F1A1: Organizar comisiones de limpieza y mantenimiento del sendero, de manera que se encuentre limpio y disponible para ofrecerlo al turista.</p> <p>F2A2: Diseñar una página web, que muestre todas las especies animales y vegetales, y que también difunda los mitos y leyendas que han nacido en este sitio.</p> <p>F3A3: Coordinar actividades con el grupo de Gestión de Riesgos Local, para realizar simulacros de prevención ante desastres naturales.</p> <p>F4A4: Delimitar el terreno mediante escrito, que corresponden al sendero, de manera que se eviten invasiones en el terreno.</p> <p>F5A5: Notificar y solicitar a la policía nacional, que realicen rondas policiales.</p>  | <p>Diseñar productos competitivos con servicios de calidad, haciendo de la experiencia del turista un momento ameno.</p>  |

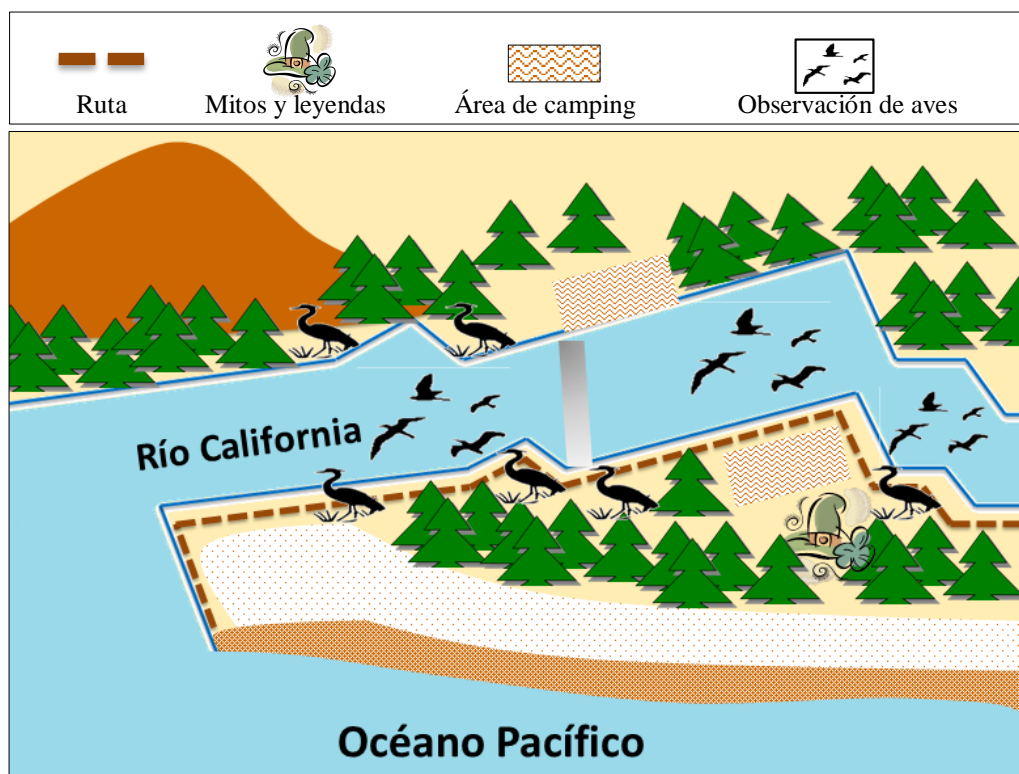
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

### 3.3.3.5. Determinación de áreas importantes para el sendero

Dentro de esta extensión de territorio, que corresponde a 7.5 km (3.8 km de ida y 3.7 km de retorno), se han identificado tres áreas, mismas que presentan suma importancia para el sendero, que a continuación se detallan:

ÁREA 1: Comprende desde las coordenadas S 01°56.221' y W 080°43.538 que pertenecen al inicio del sendero, desde el emplazamiento del centro de interpretación ambiental hasta la desembocadura del río, localizada al Sur: S 01°56.221' y W 080°43.538, determinando que esta primera área tiene una extensión de 1.887 metros, que equivale a 1.8 kilómetros. Con el fin de realizar la gráfica del área 1, se procedió al levantamiento topográfico a través del GPS (para medir la distancia de un punto a otro) y brújula (para medir los grados de inclinación de un punto a otro).

ILUSTRACIÓN N° 14: Área 1 del sendero



Fuente: Anexo #14  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

Dentro de esta área que corresponde al sendero Los Mogotes, se contempla el diseño de varias facilidades, puesto que el terreno presta las facilidades para el diseño de las mismas. Existirá un **área de camping**, con dimensiones de 80m por 20m, que estaría localizada en las coordenadas: Sur  $01^{\circ}55.777'$  y Este  $080^{\circ}43.513'$ . También el **centro de interpretación ambiental**, se encontraría localizado en las coordenadas: Sur  $01^{\circ}56.221'$  y Este  $080^{\circ}43.538'$ , cerca de la comunidad, contando con un territorio de 100 por 80 metros. Contará con parqueadero, salón de interpretación, áreas verdes, sala audiovisual, cafetería y puestos de artesanías.

ÁREA 2: Tiene una extensión de 2km, que abarca el estuario, desde el punto Sur  $01^{\circ}55.421'$  y Este  $080^{\circ}43.574'$  hasta el punto Sur  $01^{\circ}54.380'$  y Este  $080^{\circ}43.768'$  donde, el turista puede alcanzar el mayor número de avistamientos de aves playeras. Dentro de esta área se podría realizar caminatas o paseos en bote, donde el embarcadero será en el punto Sur:  $01^{\circ}55.089'$  y Este:  $080^{\circ}43.6001'$ .

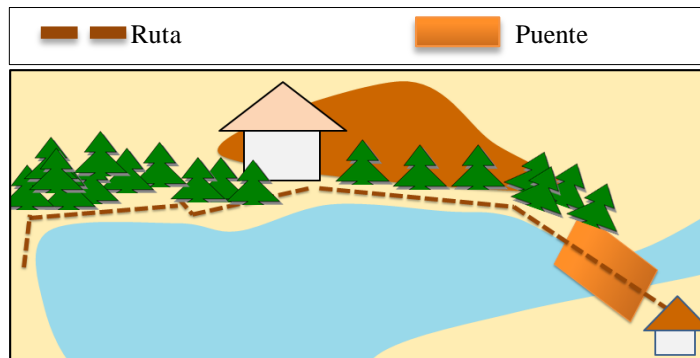
ILUSTRACIÓN N° 15: Área 2 del sendero



Fuente: Anexo #14  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

ÁREA 3: Es la ruta designada para el retorno al punto inicial (centro de interpretación), que comprende desde el final del manglar (Playa Bruja) hasta el centro de interpretación.

ILUSTRACIÓN N° 16: Área 3 del sendero

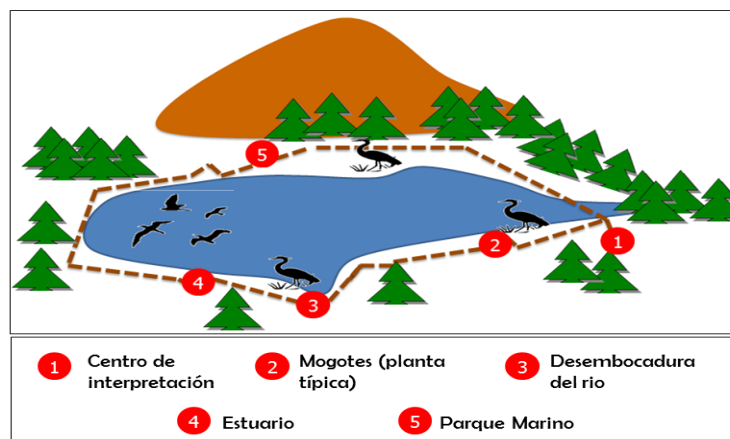


Fuente: Anexo #14  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

### 3.3.4. Selección del tipo de recorrido

El sendero presenta un recorrido tipo circuito, puesto que el recorrido, empieza en la estación de interpretación ambiental, pasando por el camino Los Mogotes, la desembocadura del río, el estuario, los diferentes puntos estratégicos identificados para avistar aves, el parque Marino y culmina en punto de inicio.

ILUSTRACIÓN N° 17: Tipo de recorrido para el sendero



Fuente: Anexo #14  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

### 3.3.5. Interpretación ambiental

La interpretación ambiental tiene tres propósitos principales: 1.- conocimiento de los recursos naturales y culturales, 2.- la prevención y mitigación de impactos negativos en el sendero, y 3.- establecer una cultura ambiental en la sociedad donde se radica. La interpretación constante permite perfeccionar el producto, inclusive acoplarlos con otros diferentes.

El primer propósito requiere de una guía interpretativa, pues es necesario detallar las características de las aves y especies animales que se pueden avistar. Además el segundo y tercer designio conllevan a establecer programas de vinculación con la colectividad, mismos que sean enfocados en tres entornos: grupos organizados, instituciones educativas y público en general, utilizando una sala audiovisual destinada para este fin dentro del centro de interpretación, comunicando la importancia de salvaguardar al medioambiente.

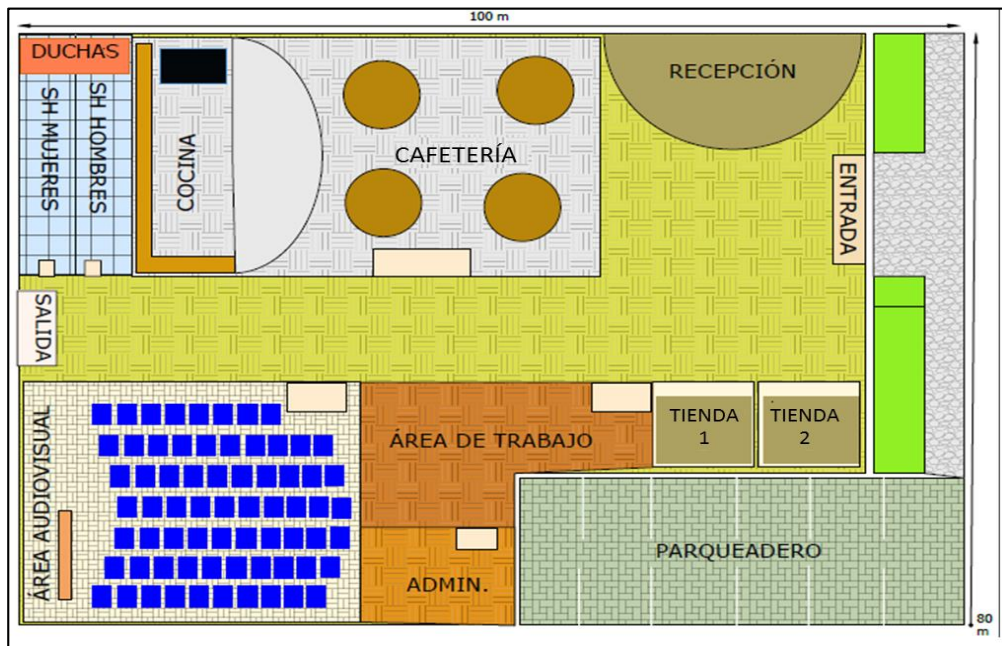
#### 3.3.5.1. Centro de interpretación

Para mayor comodidad de los planificadores del atractivo y de los turistas en general, se contempla la construcción de un centro de interpretación ambiental, ubicado en un terreno baldío de la comunidad con dimensiones 100m x 80m, donde estará ocupado de los siguientes departamentos: recepción, cafetería, área audiovisual, administración con área de trabajo, parqueadero, y dos tiendas de suvenires.

Teniendo la siguiente capacidad:

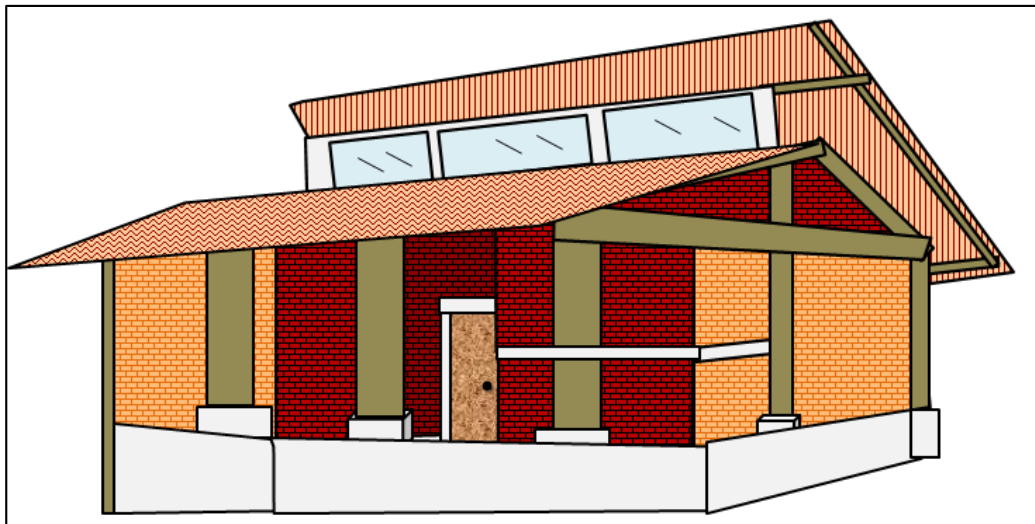
- Parqueadero: 5 buses y 20 autos
- Área audiovisual: 50 personas
- Cafetería: 30 personas (6 mesas, y 5 sillas por mesa)
- Baños: 10 personas (5 hombres y 5 mujeres)
- Duchas: 8 personas (4 hombres y 4 mujeres)

ILUSTRACIÓN N° 18: Vista interna del centro de interpretación ambiental



Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

ILUSTRACIÓN N° 19: Vista externa del centro de interpretación



Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

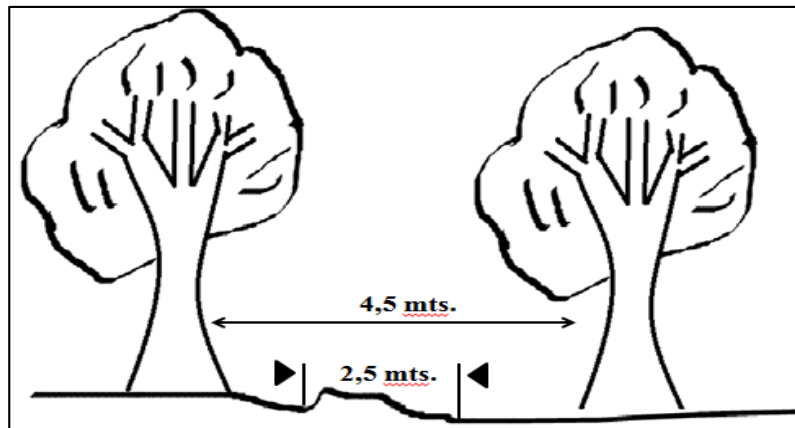
Esta base en el medio natural debe estar completamente equipada, razón por la cual se la dotará de los siguientes equipos: retroproyector, equipos de computación, mesas de madera, sillas de madera, sillas plásticas y botes de basura.

### 3.3.6. Acondicionamientos del terreno

La estación climática es la primera consideración que se debe tomar en cuenta a la hora de las adecuaciones, por ello todos los trabajos se realizarán en verano, pues en dicha estación se pueden identificar las diferentes áreas que necesiten drenajes y poder acceder a zonas que requieran de mobiliario y equipamiento.

Es necesario que dentro del rango comprendido desde el centro de interpretación hasta la desembocadura del río, se realice una minga de limpieza y apoyo a la reforestación de los árboles acordes al ecosistema. La principal limpieza de maleza se realizará en el camino seleccionado dentro del estuario, donde actualmente carece de las condiciones establecidas para acceder con facilidad. De esta manera se debe señalar y adecuar para que el turista tenga un panorama que le permita disfrutar del recorrido; necesitando de la colaboración de 3 personas y cal.

ILUSTRACIÓN N° 20: Espacio para el paso del turista

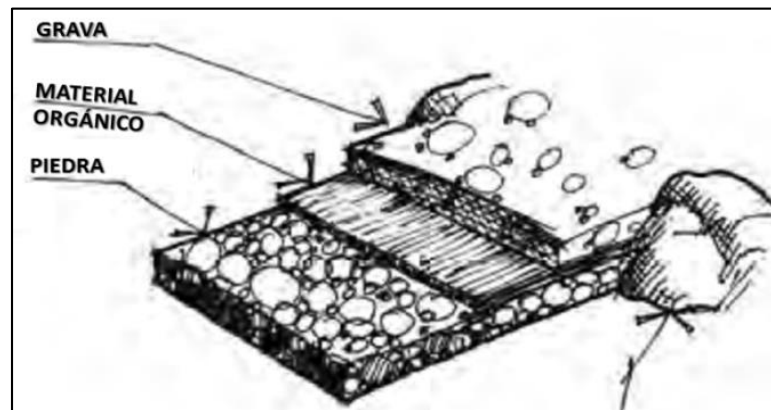


Fuente: Secretaría de Turismo México, (2004)  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

Una vez realizada la primera etapa (limpieza, reforestación y marcado) se deben construir los drenajes mismos que contendrán una capa de 4cm de grava, y piedras de río; asegurando una filtración efectiva, que evite encharcamientos que dificulten el acceso por el sendero.



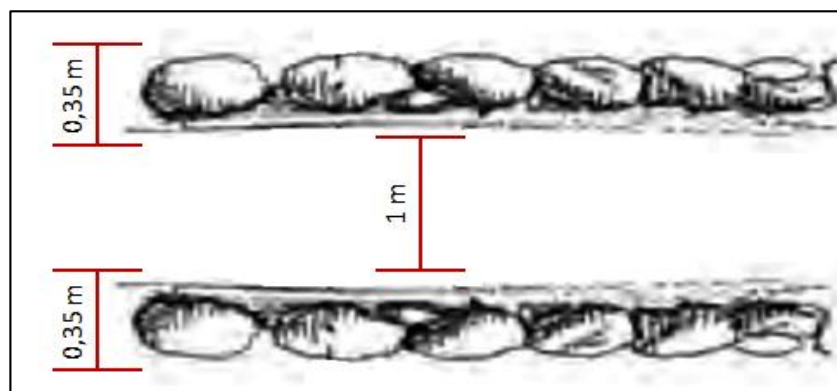
### ILUSTRACIÓN N° 21: Drenajes



Fuente: Secretaría de Turismo México, (2004)  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

Seguidamente se deben realizar acondicionamientos en los terrenos fangosos, pues en tiempos de lluvias se vuelve resbaloso, dificultando el paso por el lugar. Por estas razones se colocarán varias capas de arena y de material orgánico (virutas de madera, hojas y gravilla). También se colocarán rocas, en los bordillos del camino, con la finalidad de establecer los límites para el usuario y evitar la degradación de las orillas.

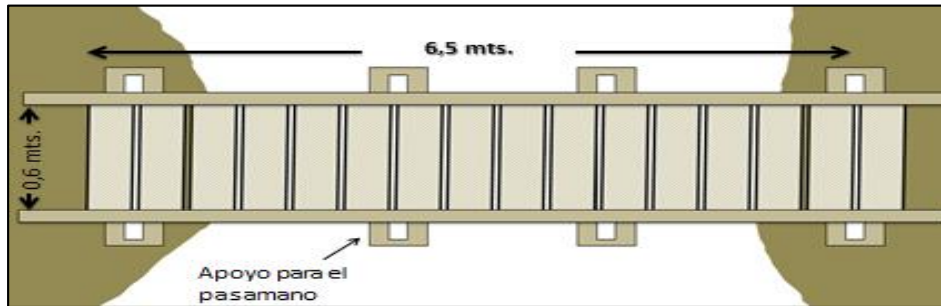
### ILUSTRACIÓN N° 22: Enrocado para los bordes del sendero



Fuente: Secretaría de Turismo México, (2004)  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

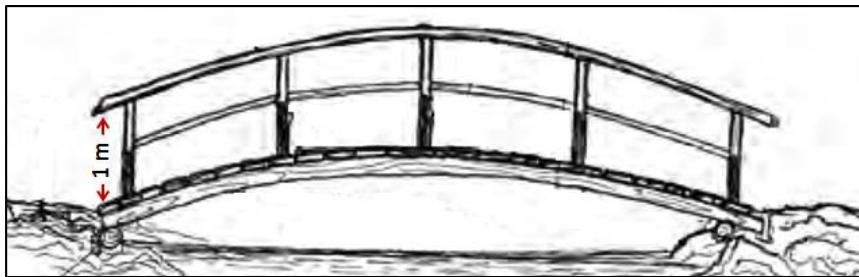
Luego se optará por construir el elemento que requiere de mayor tiempo en su instalación, por lo que se empezará con el puente de madera en forma de arco con pasamanos, los detalles se presentan a continuación:

ILUSTRACIÓN N° 23: Medidas del puente y vista aérea



Fuente: Secretaría de Turismo México, (2004)  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

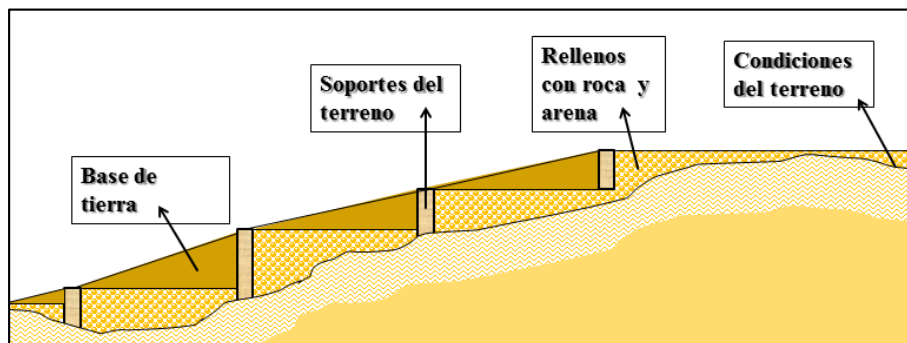
ILUSTRACIÓN N° 24: Vista lateral del puente y medidas de los pasamanos



Fuente: Secretaría de Turismo México, (2004)  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

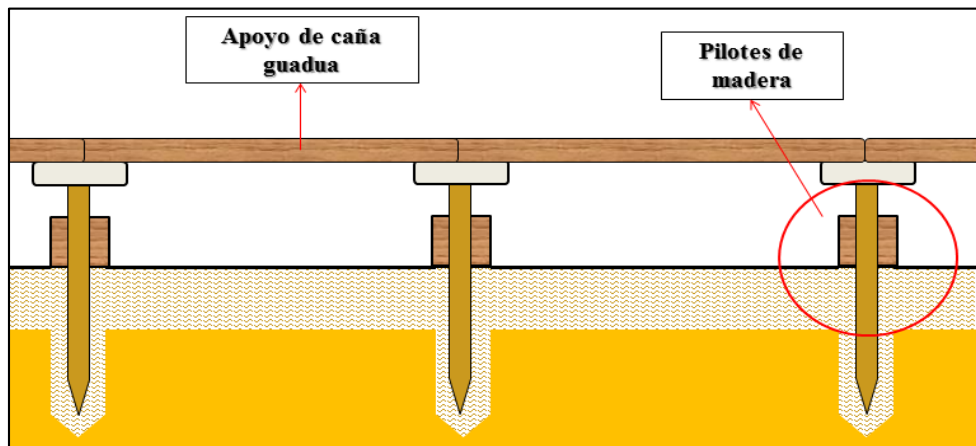
Posteriormente se deben realizar adecuaciones en las pequeñas elevaciones del terreno, a través de escalinatas apuntaladas con madera, inmediatamente se procede al levantamiento de pasarelas sobre pilotes o pasamanos, dentro de los bordes del río y estuario; también como complemento a las escalinatas. Tal como se muestran en las siguientes ilustraciones:

ILUSTRACIÓN N° 25: Vista lateral de las escalinatas



Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

ILUSTRACIÓN N° 26: Vista lateral de las pasarelas sobre pilotes de madera



Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

### 3.3.7. Señalización y equipamiento del sendero

#### PICTOGRAMAS

En este apartado, se muestran todas las señales que se establecerán a través de los 3 tipos de pictogramas, haciendo dinámicos y seguros a los atractivos que se visitan. Pueden ser de tres tipos:

- Informativos: simbolizan todas las actividades que se pueden realizar dentro del sendero, desde su inicio hasta su finalización.
- Preventivos: alertan a los turistas sobre aquellas actividades turísticas que requieran de toda su concentración.
- Restrictivos: representan las prohibiciones establecidas que podrían afectar al estado del atractivo.

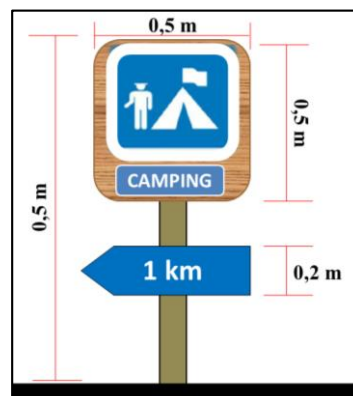
Estas deben contrastar con el color del fondo, para que se distinga correctamente e incluso dé la apariencia de ser de mayor tamaño. También se considera que un pictograma de 30 centímetros puede ser apreciado fácilmente en una distancia no mayor a 30 metros y asegurados en una base de  $60\text{cm}^2$ . De igual forma se deben considerar lo siguiente:

- Los pictogramas estarán situados sobre tablas preferiblemente de balsa.
- Las barras, serán de caña guadua, como la conocen los comuneros.
- Las bases serán de concreto, para asegurar un tiempo de vida útil prolongado.

**Medidas:** Pictograma: 25cm x 23 cm, Postes: 180 cm y Base: 60cm x 60 cm

**Diseño de los pictogramas:** Los pictogramas y flechados direccionan al turista acerca de algún tipo de actividad, atractivo, advertencia o restricción dentro del sendero, tendrán la siguiente estructura:

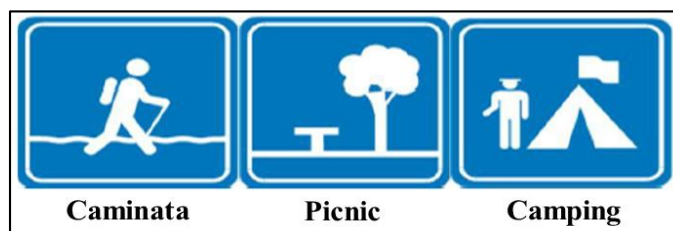
ILUSTRACIÓN N° 27: Dimensiones de los pictogramas



Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

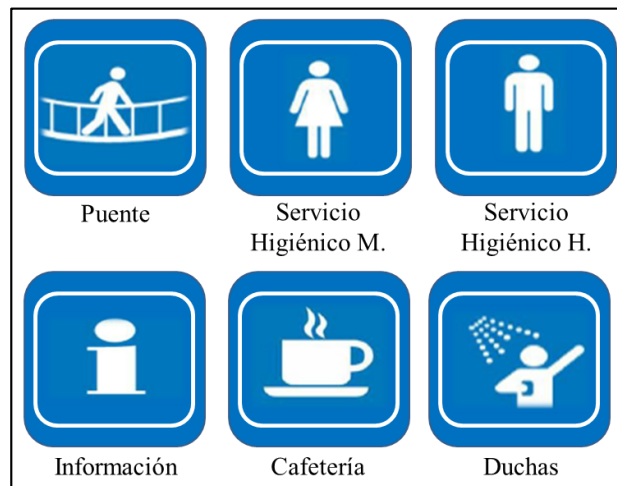
**Los pictogramas informativos**, darán simbología de las actividades turísticas a desarrollar y también de las facilidades diseñadas para el sendero.

ILUSTRACIÓN N° 28: Pictogramas informativos (actividades turísticas)



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador, (2010)  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

### ILUSTRACIÓN N° 29: Pictogramas informativos (elementos de apoyo)



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador, (2010)  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

**Los pictogramas preventivos**, serán utilizados para alertar al turista acerca de algún atractivo turístico cercano, que requiera de concentración tales como los puntos estratégicos para el avistamiento de flora y fauna.

### ILUSTRACIÓN N° 30: Pictogramas preventivos



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador, (2010)  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

**Los pictogramas restrictivos**, tienen como finalidad establecer límites a los turistas que utilizan el sendero, evitando ocasionar un impacto negativo de gran magnitud por su uso.

### ILUSTRACIÓN N° 31: Pictogramas restrictivos



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador, (2010)  
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

#### 3.3.7.1. Selección del mobiliario para el sendero:

Todos los muebles, que se colocarán a lo largo del sendero, son indispensables, puesto que las tres categorías (informativas, de apoyo y especializadas) aportan valor a la experiencia percibida por el visitante, mismos que tendrán obligatoriamente que ser acordes al medio donde se la implementa, evitando posibles impactos graves al ambiente.

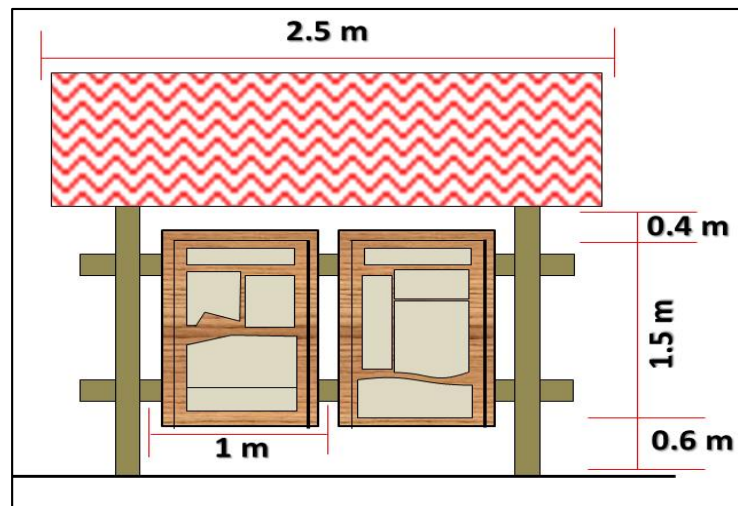
#### MOBILIARIO INFORMATIVO:

La función de esta herramienta, es ser una ayuda didáctica para el visitante, con respecto a lo que ve. Existe una variedad de modelos de este tipo de muebles, sin embargo, los que mayor se ajustan a la realidad del entorno donde se diseña el sendero son 1 mampara y varios paneles informativos.

La **mampara** es una estructura que permite realizar una exploración del sendero, por ello deben ser colocada al inicio del sendero (mampara principal) y también a la llegada al atractivo principal (mampara específica).

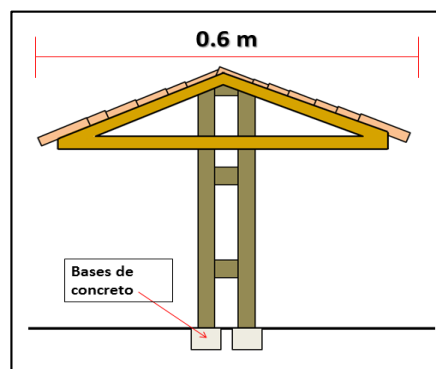
- a) Mampara principal.- Permitirá brindar al turista una información general acerca del recorrido y tipo de actividades a realizarse a lo largo del sendero.

ILUSTRACIÓN N° 32: Vista frontal de la mampara principal



Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

ILUSTRACIÓN N° 33: Vista lateral y medida de la caída del techado

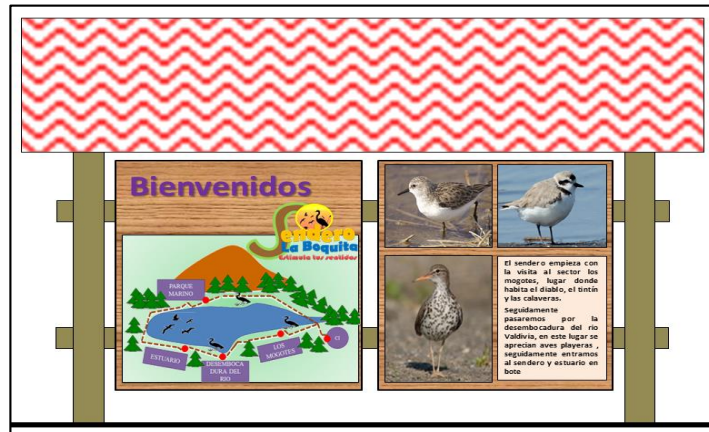


Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

Estarán compuestas por dos divisiones que contendrán:

- ✚ El logotipo diseñado para el sendero
- ✚ Mapa ilustrativo de los principales recursos
- ✚ Fotografías de los atractivos principales
- ✚ Notas de mayor relevancia que se deben conocer

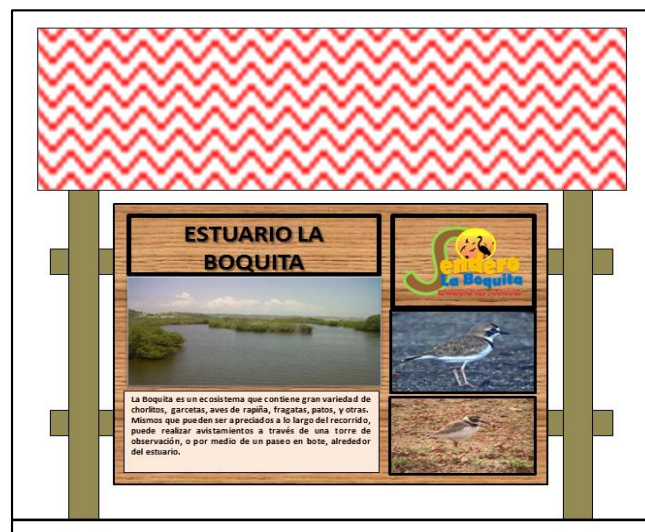
### ILUSTRACIÓN N° 34: Vista de la mampara principal con su contenido



Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

- b) Mamparas específicas.- son más pequeñas pues tienen una altura de 1.7 m de alto y 1.5 m de ancho. Estarán localizadas, dentro del sector Los Mogotes y al inicio del estuario La Boquita.

### ILUSTRACIÓN N° 35: Vista de la mampara secundaria con su contenido



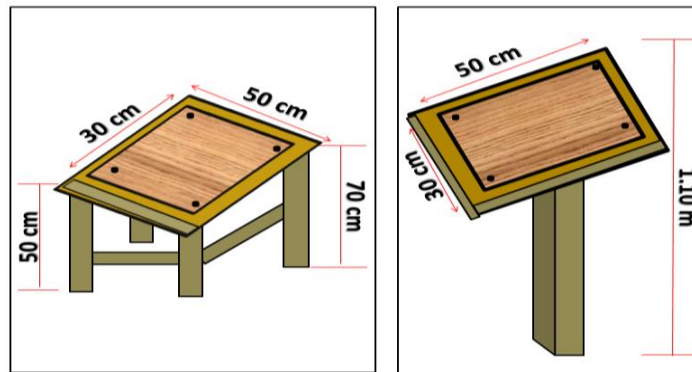
Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

Los **paneles informativos** proporcionarán información específica acerca de los principales puntos de interés en el sendero, que serán los detalles de las aves ubicadas en los puntos de mayor asentamiento, plantas representativas y los



lugares con relevancia cultural. Se estima incluir dos tipos de paneles a lo largo del recorrido de acuerdo a las condiciones del terreno: Los *paneles verticales* o de un soporte, son utilizados para presentar información de la vida animal o vegetal del sendero y los *paneles horizontales*, o de 4 soportes, son implementados para proporcionar orientación al turista, pues estas contendrán mapas.

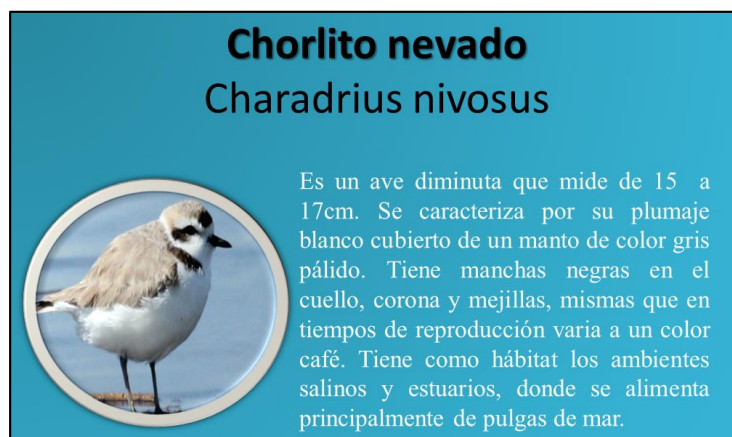
ILUSTRACIÓN N° 36: Medidas de los paneles



Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

Estas herramientas presentarán una breve descripción de las aves, más una foto que la identifique; el detalle debe proporcionar una idea de lo que debe centrar su atención a la hora de avistar aves o algún tipo de recurso natural, tal como se muestra enseguida.

ILUSTRACIÓN N° 37: Prototipo del contenido de los paneles verticales



Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

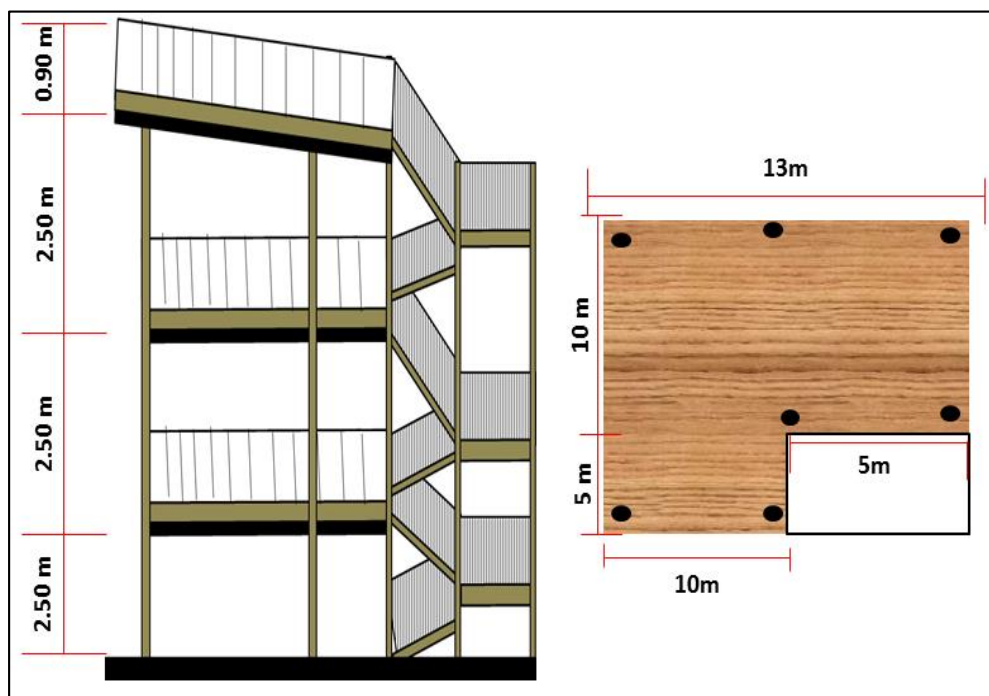
ILUSTRACIÓN N° 38: Prototipo del contenido de los paneles horizontales



Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

MOBILIARIO ESPECIALIZADO: Al considerar que la principal actividad sea el avistamiento de aves, se requiere de una torre de observación, pues el alto bosque de manglar en un terreno llano y el lago, dificultan el avistamiento de las diferentes especies.

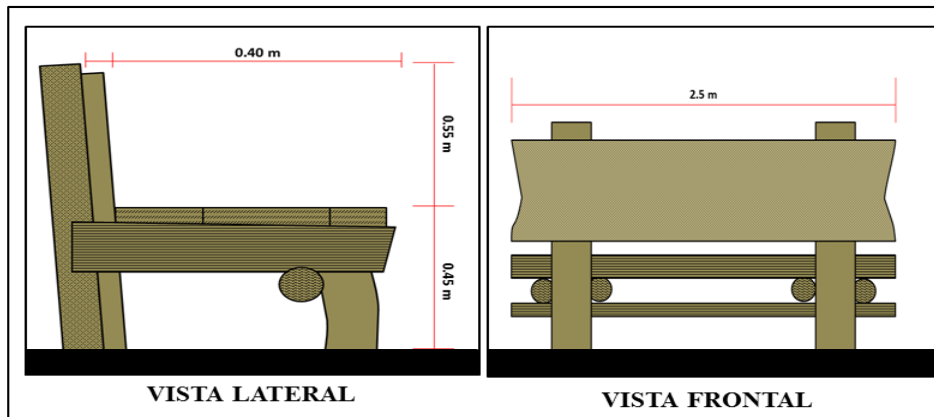
ILUSTRACIÓN N° 39: Medidas de la torre de observación



Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

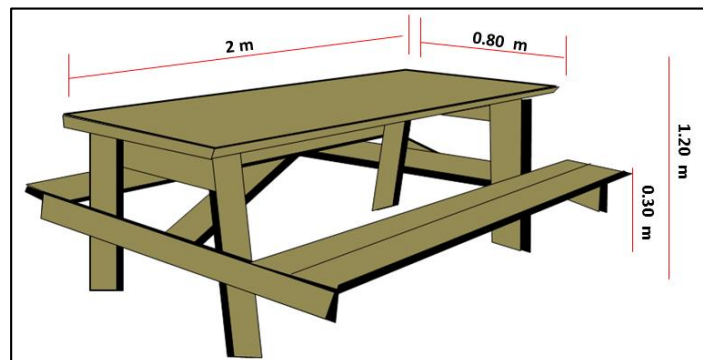
MOBILIARIO DE APOYO: Sirven como ayuda para brindar un servicio de calidad al turista; estos son bancas, mesas y baños móviles.

ILUSTRACIÓN N° 40: Modelo y medidas de las bancas



Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

ILUSTRACIÓN N° 41: Modelo y medidas de las mesas para picnics



Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

### 3.3.7.2. Selección del equipo para el sendero

Se ha determinado factible, complementar el sendero con los siguientes equipos que faciliten el desplazamiento, la estadía y seguridad, para los turistas.

**Tachos de basura:** Se colocarán 10 tachos alrededor del sendero y 2 en el radio del centro de interpretación, estos deberán ser de madera, en concordancia con el medio donde se las pretende ubicar.

#### ILUSTRACIÓN N° 42: Modelo y medidas de los tachos de basura



Fuente: imágenes de google

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

**Equipos de camping:** Se realizarán las gestiones para adquirir 10 equipos de acampado, con el fin de alquilarlos a los turistas que deseen acampar pero que no cuenten con el equipo.

#### ILUSTRACIÓN N° 43: Modelo de los equipos de camping



Fuente: imágenes de google

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

**Binoculares:** Destinados para los guías e intérpretes ambientales del sendero, pues requieren de este instrumento durante los recorridos.

**Canoa de madera:** Como parte del recorrido se ofrece como alternativa recorridos en bote, por el estuario, para aquello es necesario equiparse con 2 botes o bongos, mismos que deben tener capacidad para 5 personas cada uno (4 turistas + 1 guía o capitán), asegurando así que todas las personas tengan la posibilidad de embarcarse y realizar esta actividad.

#### ILUSTRACIÓN N° 44: Modelo de la canoa



Fuente: imágenes de google

Citado por: Gilson Rodríguez Muñoz

#### 3.3.8. Capacidad de carga turística del sendero

Es un instrumento de planeación que determina el número idóneo de visitantes en un espacio y tiempo determinado. Según Cifuentes, (1992) la capacidad de carga debe ser medida en tres niveles, capacidad de carga física (CCF) que es el número máximo de personas que puede soportar un terreno, la capacidad de carga real (CCR) que considera los diferentes factores de corrección, y la capacidad de carga efectiva (CCE) que considera la capacidad de los diferentes complementos como baños, parqueadero, y otros.

**CCF:** Se mide por medio de la superficie total del sendero en metros (SP) que para este proyecto es de 7.5km que equivalen a 7500m, la ocupación por turista que es de 1m, y el número de veces en que un turista puede recorrer el sendero, que se calcula mediante una fórmula. El proceso se detalla a continuación:

$$S = 7500 \text{ metros}$$

$$SP = 1 \text{ metros}$$

$$NV = 3 \text{ veces}$$

$$CCF = \frac{S}{SP} (NV)$$

$$CCF = \frac{7500}{1} (3)$$

$$CCF = 22.500 \text{ pers.}$$

22.500 es el número de personas que caben en el sendero durante una jornada de labores, este valor fue logrado con la previa obtención de número de Nv que es 3 veces (en que un turista puede participar en los recorridos por el sendero).

HI = 8 horas laborales

Tr = 2.5 horas (Tiempo de los recorridos)

$$NV = \frac{HI}{Tr}$$

$$NV = \frac{8h}{2.5 h}$$

$$NV = 3.2 \text{ Veces}$$

**CCR:** Presta atención a diversos factores, sociales y ambientales que condicionan al sendero, reduciendo el valor de la capacidad de carga física, es por ello que aplica la fórmula  $CCR = CCF [(FCsoc)(FCero)(FCacc)(FCprec)(FCveg)]$

**a.- Factor de conversión social (FCsoc):** Dentro de este factor se debe analizar el espacio que requiere una persona para estar cómodamente, el número de integrantes que conforman los grupos y la distancia entre ellos. Los valores de la magnitud limitante (MI) y Magnitud total (Mt) son los datos necesarios para la aplicación de su fórmula que es:

$$FCsoc = 1 - \frac{MI}{Mt}$$

El primer paso es encontrar el número de grupos que se mide con la distancia de los grupos y la longitud total del sendero expresado en metros.

$$NG = \frac{\text{Long. sendero}}{\text{Distancia por grupo}}$$

$$NG = \frac{7500}{59}$$

$$NG = 127 \text{ grupos}$$

Una vez desarrollada la fórmula se obtiene un valor de 127, que es la cantidad de grupos que caben dentro del sendero, este indicador fue logrado por un cálculo previo de la distancia entre grupos al día, que es igual a la suma de la distancia entre grupos y del producto del espacio que ocupa un turista por el número de personas de un grupo.

Distancia: 50m

Espacio por turista: 1m

Personas por grupo: 9 (8 turistas y 1 guía)

$$\text{Distancia entre grupos} = 50 + (9)(1) = 59 \text{ m}$$

El valor de NG sirve para alcanzar el valor de P (número de personas que se hallan al mismo tiempo en el sendero) que para este proyecto es 1143, tal como se muestra en el siguiente cálculo:

$$P = (NG \times \#personas \times grupo)$$

$$P = (127)(9) = 1143 \text{ Personas}$$

P tiene gran relevancia para el cálculo de la magnitud limitante (MI), ya que esta es igual a la diferencia entre la longitud del sendero (Mt) y la multiplicación entre el valor de P y SP (el área ocupada por turista)

$$MI = Mt - (P \times SP)$$

$$MI = 7500 - (1143 \times 1)$$

$$MI = 7500 - 1143$$

$$MI = 6357$$

Finalmente se procede a calcular el factor de conversión social que es la unidad menos el cociente de la división entre la magnitud limitante y la extensión total del sendero.

$$C_{soc} = 1 - \frac{Ml}{Mt}$$

$$FC_{soc} = 1 - \frac{6357}{7500}$$

$$FC_{soc} = 1 - 0.8476$$

$$FC_{soc} = 0.1524$$

El factor de conversión social es de 0.1525 que es un promedio entre el número de grupos que caben al mismo tiempo en el sendero, considerando distancias.

**b.- Factor de conversión de erodabilidad (fCero):** Se debe calcular un valor en consideración a la erosión del suelo, donde se estiman valores, en condiciones de erodabilidad hasta del 10% se le asigna una puntuación de 0 o baja, para terrenos de 10 a 20% con una calificación de 1 o media, y los que tengan de 20% en adelante se calcula con 1.5 o alta. Su fórmula es.

$$FCero = 1 - \left[ \frac{(ma \times 1.5) + (mm \times 1)}{mt} \right]$$

Dónde:

Ma: Metros de erodabilidad alta

Mm: Metros de erodabilidad media

Para este proyecto, se han identificado 100m de Ma y 30m de Mm, por lo que se obtendrá el siguiente despeje de la fórmula:

$$FCero = 1 - \left[ \frac{(100 \times 1.5) + (30 \times 1)}{7500} \right]$$

$$FCero = 1 - \left[ \frac{150 + 30}{7500} \right]$$

$$FCero = 1 - [180/7500]$$

$$FCero = 0,976$$



El resultado de la fórmula FCero es 0,97 que es el valor promedio de fragilidad del suelo, causado por su erosión o erodabilidad.

**c.- Factor de conversión accesibilidad (FCacc):** Mide el nivel de complejidad al recorrer el sendero por la existencia de pendientes que dificultan el paso, aplica la siguiente ecuación:

$$FCacc = 1 - \left[ \frac{(ma \times 1.5) + (mm \times 1)}{mt} \right]$$

Ma = Metros de dificultad alta (1,5)      Mm = Metros de dificultad media (1)

El sendero está radicado en un terreno plano con poca presencia de elevaciones, considerando que las elevaciones más altas son de 7m en un diámetro de 50m. Por esta razón se considera una dificultad media y baja, calculando únicamente la dificultad media, teniendo el siguiente resultado.

$$FCacc = 1 - \left[ \frac{(ma \times 1.5) + (mm \times 1)}{mt} \right]$$

$$FCacc = 1 - \left[ \frac{(50 \times 1)}{7500} \right]$$

$$FCacc = 1 - 0,00667$$

$$FCacc = 0,993$$

El valor de 0,99 obtenido permite conocer el promedio de dificultad causada por la presencia de elevaciones o pendientes a lo largo del sendero.

**d.- Factor de precipitación (FCprec):** Con el fin de evitar la erosión grave del suelo y evitar accidentes a los turistas es conveniente determinar los meses de mayor presencia de lluvias, que son desde Enero hasta Mayo, de manera que se determine el valor promedio anual.

$$C_{pre} = 1 - \frac{Hl}{Ht}$$

Hl: son las horas lluvias al año

Ht: Las horas que el sendero permanece abierto.

$$FC_{pre} = 1 - \frac{750}{2920}$$

$$FC_{pre} = 1 - 0,2568$$

$$FC_{pre} = 0,743$$

Las horas de lluvia se obtienen de la multiplicación del número de meses en que existe gran presencia de lluvias (5 meses), por el número de días en cada mes (30 días) y el número promedio de horas que llueve (5 horas).

$$Hl = (5h)(30d)(5m)$$

$$Hl = 750 \text{ horas}$$

También las horas de trabajo se obtienen de la multiplicación de los 365 días por las 8 horas que labora el personal.

$$Ht = (365)(8) = 2920$$

**e.- Factor vegetación (FC vege):** Mide la cantidad de bosque que será afectado por realizar adecuaciones del sendero, para este estudio se han determinado limpiar alrededor de 2km o 2000 m.

$$FC_{vege} = 1 - \frac{Ml}{Mt}$$

Ml: Metros del bosque a ser afectado

Mt: Extensión en metros del sendero

$$C_{vege} = 1 - \frac{2000}{7500}$$

$$FC_{vege} = 1 - 0,2666$$

$$FC_{vege} = 0,733$$

FC<sub>vege</sub> 0,73 es el promedio de vegetación que será removida en el sendero, para adecuarlo correctamente, este factor debe ser remediado a través de una reforestación. Los factores de reducción para este estudio se presentan en el siguiente cuadro, con el fin de facilitar el cálculo de la capacidad de carga real.

CUADRO N° 24: Factores de la CCR

| FACTOR                      | VALOR |
|-----------------------------|-------|
| FC <sub>social</sub>        | 0,15  |
| FC <sub>erodabilidad</sub>  | 0,97  |
| FC <sub>accesibilidad</sub> | 0,99  |
| FC <sub>precipitación</sub> | 0,74  |
| FC <sub>vegetación</sub>    | 0,73  |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

$$CCR = CCF [(FC_{soc})(FC_{ero})(FC_{acc})(FC_{prec})(FC_{veg})]$$

$$CCR = 22500 [(0,15)(0,97)(0,993)(0,743)(0,7333)]$$

$$CCR = 22500 \times 0,07868737$$

$$CCR = 1170,47$$

1.170 es la CCR para el sendero, considerando los anteriores factores.

**CCE:** La capacidad de carga efectiva reduce a la CCR a través de la capacidad de manejo en diferentes factores (infraestructura, personal y equipamiento) de acuerdo con la cantidad, estado, funcionalidad, y facilidad de acceso. Estos datos no pueden ser medidos en la actualidad, pues se requiere que el sendero esté funcionando para obtener un valor exacto, sin embargo para este caso, se ha tomado como referencia al personal y equipo propuestos asumiendo una realidad futura.

$$CE = CCR \left( \frac{CM}{100} \right)$$

El principal dato a obtener es la capacidad de manejo (CM), mediante el análisis cualitativo de indicadores, considerando la siguiente puntuación:

CUADRO N° 25: Cuadro de calificaciones

| CALIFICACIÓN               | PUNTUACIÓN |
|----------------------------|------------|
| Insatisfactorio            | 0          |
| Poco satisfactorio         | 1          |
| Medianamente satisfactorio | 2          |
| Satisfactorio              | 3          |
| Muy satisfactorio          | 4          |

Fuente: Catuto, (2010)

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

Dicho análisis conlleva a comparar la cantidad, y estado de los factores infraestructura y equipamiento; mientras que el personal será calificado según su cantidad y funcionalidad.

CUADRO N° 26: Indicador “infraestructura”

|                 | CAP.     | PUNTUACIÓN   |            | SUMA | FACTOR |
|-----------------|----------|--------------|------------|------|--------|
|                 |          | POR CANTIDAD | POR ESTADO |      |        |
| Estacionamiento | 230 per. | 3            | 4          | 7    | 0.4375 |
| Baños           | 30 pers. | 2            | 4          | 6    | 0.375  |
| Duchas          | 8 pers.  | 2            | 4          | 6    | 0.375  |
| <b>TOTAL</b>    |          |              |            |      | 1.1875 |
| <b>PROMEDIO</b> |          |              |            |      | 0.396  |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

El cuadro anterior muestra la capacidad de las variables que conforman la infraestructura (estacionamiento, baños y duchas), que han recibido una puntuación de acuerdo a la cantidad y estado, obteniendo un promedio de 0.396, la sumatoria de cada factor fue dividida para 16 pues este es el rango idóneo cuando se utiliza la escala del 1 al 4.

CUADRO N° 27: Indicador “equipamiento”

|                          | CAP.     | PUNTUACIÓN |        | SUMA | FACTOR        |
|--------------------------|----------|------------|--------|------|---------------|
|                          |          | CANTIDAD   | ESTADO |      |               |
| Centro de interpretación | 50 pers. | 4          | 4      | 8    | 0.5           |
| Área audiovisual         | 30 pers. | 3          | 4      | 7    | 0.4375        |
| Área de camping          | 50 pers. | 4          | 4      | 8    | 0.5           |
| Torre de observación     | 10 pers. | 2          | 4      | 6    | 0.375         |
| Cafetería                | 24 pers. | 3          | 4      | 7    | 0.4375        |
| Canoa                    | 10 pers. | 2          | 4      | 6    | 0.375         |
| <b>TOTAL</b>             |          |            |        |      | <b>2.625</b>  |
| <b>PROMEDIO</b>          |          |            |        |      | <b>0.4375</b> |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

Consecutivamente se debe ponderar la calificación promedio de los diferentes equipos que se colocarán a disposición de los turistas que es de 0,4375.

CUADRO N° 28: Indicador “personal”

| PERSONAL        | CANT. ACTUAL | CANT. OPTIMA | PUNTUACIÓN |       | SUMA | FACTOR        |
|-----------------|--------------|--------------|------------|-------|------|---------------|
|                 |              |              | CANT.      | FUNC. |      |               |
| Administrativo  | 4            | 4            | 4          | 4     | 8    | 0.5           |
| Guardabosques   | 2            | 8            | 2          | 4     | 6    | 0.375         |
| Guías           | 4            | 6            | 3          | 4     | 7    | 0.4375        |
| <b>TOTAL</b>    |              |              |            |       |      | <b>1.3125</b> |
| <b>PROMEDIO</b> |              |              |            |       |      | <b>0.4375</b> |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

Enseguida se analiza la capacidad del personal encargado del sendero, que es 0,4375, este valor fue conseguido proyectando que todo el personal realice una labor de excelencia para llegar a una valoración de 4 o muy satisfactorio. Con estos datos se procede al cálculo de la capacidad de manejo.

$$CM = \frac{\text{Infraestructura} + \text{personal} + \text{equipamiento}}{\text{cantidad de variables utilizadas}} \quad (100)$$

$$CM = \frac{0,396 + 0,4375 + 0,4375}{3} \quad (100)$$

$$CM = \frac{1,271}{3} (100)$$

$$CM = 0,423666 (100)$$

$$CM = 42.36$$

42.36 es la capacidad de manejo que tiene el sendero, la cual está medianamente abastecida, requiere de mejoramientos y aplicaciones, especialmente en los factores que recibieron puntuaciones de 2 y fortalecimiento a los indicadores que recibieron como calificación 3 o 4. Y finalmente se obtiene el valor de 496, a través del cálculo de la fórmula de la capacidad de carga efectiva (CCE), a este valor se lo puede interpretar como el número efectivo de personas que puede acoger el sendero.

$$CCE = CCR \left( \frac{CM}{100} \right)$$

$$CCE = 1170 \left( \frac{42,36}{100} \right)$$

$$CCE = 1170 (0,4236)$$

$$CCE = 495,6$$

### 3.3.9. Estudio de los posibles impactos

Según un estudio norteamericano realizado por Ceballos, (1998), el principal impacto se genera en el suelo, pues el desplazamiento humano genera una presión sobre el suelo de 0.82 kg por excursionista y por centímetro.

$$\textit{presión promedio por excursionista} = 0,82 \textit{ kg /cm}^2$$

$$\textit{presión promedio por excursionista} = 22,14 \textit{ kg /750.000cm}^2$$

$$\textit{presión promedio por excursionista} = 0,00002952$$

El valor de la presión promedio diaria, por realizar 3 recorridos, con grupos de nueve personas (8 turistas más 1 guía) es de 0,00002952 que valorado anualmente es de 0,0107748. Para llegar a este valor, se requiere calcular, la presión diaria, calculando primero la presión por grupo (pg) y el número de veces que se realizarían recorridos al día (nvd), con estos dos valores se obtiene la presión diaria (pd) por cm<sup>2</sup>.

$$pg = 0,82 \text{ kg} \times \# \text{ pers. por grupo}$$

$$pg = 0,82 \text{ kg} \times 9 \text{ pers.}$$

$$pg = 7.38 \text{ kg por grupo}$$

$$nvd = \frac{\text{horas laborables}}{\text{tiempo de recorrido}}$$

$$nvd = \frac{8 \text{ h}}{2,5 \text{ h}}$$

$$nvd = 3,2 = 3 \text{ veces}$$

$$pd = pg \times ndv$$

$$pd = 7,38 \times 3$$

$$pd = 22,14$$

También se debe convertir a centímetros la extensión del sendero que es 7.5 km, de la siguiente manera:

$$7,5 \text{ km} \times 1000 = 7500 \text{ m}$$

$$7500 \text{ m} \times 100 = 750000 \text{ m}$$

Sin embargo para una planificación efectiva del espacio turístico se deben considerar otros aspectos adicionales a la erosión, es por ello que la Secretaría de Turismo México, (2004) considera oportuno establecer normas con el fin de mitigar posibles impactos, los cuales son:

- Prohibir el paso por vehículos de cualquier tipo dentro de los senderos.
- Señalizar adecuadamente los senderos, de manera que el turista se mantenga en la ruta establecida.
- Prohibir botar basura en el sendero.
- Prohibir la extracción de flora o fauna del sendero.

En cuanto a las dimensiones socioculturales, se pretende obtener impactos positivos a través de la generación de fuentes de ingresos para la comunidad, aplicando un tipo de turismo que cuida al ambiente y respeta la idiosincrasia de los pueblos, estableciendo un correcto intercambio cultural, evitando la aculturación. De esta manera el sendero pretende recuperar los mitos y leyendas, para incluirlos como temática durante los recorridos.

### **3.4. DISEÑO DEL MODELO DE GESTIÓN**

El sendero tiene un sistema político administrativo de tipo comunitario, con el fin de redistribuir equitativamente los ingresos percibidos por esta actividad y basa su accionar en el proceso administrativo sugerido por Chiavenato, (2007) que establece 4 etapas que son: planeación, organización, dirección y control.

*Turismo comunitario:* Este sistema político, necesita de compromiso y ética, pues todos los ingresos percibidos por el movimiento de turistas en el sendero, serán manejados en un trabajo coordinado entre la administración y el cabildo comunal, para lograr obras locales especialmente de tipo turístico como, diseño de nuevos productos, dotación de nuevas instalaciones y renovación de las existentes.

#### **a.- PLANEACIÓN**

**MISIÓN:** El sendero La Boquita es un atractivo turístico que brinda excursiones de excelencia y que da calidad durante cada recorrido, que basa sus actividades en la ética y en el cuidado ambiental.



**VISIÓN:** La comuna Valdivia es líder en el mercado ecoturístico a nivel nacional e internacional, por aplicar principios de sostenibilidad y proporcionar vivencias únicas a los turistas.

**FILOSOFÍA:** Dinamizar la actividad turística en la comuna Valdivia a través de recorridos de calidad y experiencias únicas para el turista.

### VALORES Y PRINCIPIOS

- ✚ **Responsabilidad** a nivel social, cultural y ambiental; para evitar posibles impactos al entorno donde radica el sendero.
- ✚ **Puntualidad** en los recorridos y en los pagos de los haberes que la actividad genere.
- ✚ **Respeto** a la pacha mama, a los turistas, a la población local y al conjunto de colaboradores.
- ✚ **Tolerancia** a las opiniones vertidas por los usuarios y pobladores para mejorar continuamente. Tomando en cuenta que la calidad es subjetiva por la variedad de clientes e idiosincrasia.
- ✚ **Amabilidad** entre trabajadores, también en la interacción entre guía y usuario del sendero.
- ✚ **Honestidad** y transparencia en los procesos contables y redistribución de los ingresos obtenidos por el ingreso de turistas.
- ✚ **Amor** hacia la naturaleza, considerando que la casa de todos debe ser cuidada para asegurar nuestra existencia.
- ✚ **Trabajo en equipo** entre trabajadores y población local, asegurando una adecuada vinculación y responsabilidad social.
- ✚ **Asociatividad** con otros atractivos para organizar eventos o gestionar obras para la comunidad.
- ✚ **Eficiencia y eficacia** para llegar a los objetivos establecidos.
- ✚ **Lealtad** a los valores infundidos en este proyecto, siendo el referente durante toda la existencia del sendero.

## b.- ETAPA DE ORGANIZACIÓN

La segunda etapa exige identificar al personal idóneo, determinando funciones, departamentos, jerarquía y formas de interacción entre ellos.

***Selección del personal:*** El sendero basará su selección de colaboradores a través del cabildo comunal, dueños del atractivo, mismo que deberá considerar los siguientes aspectos para cada área de trabajo:

- Gerente: Sexo indiferente con título de tercer nivel, con vastos conocimientos de administración turística o administración en general, con experiencia mínima de 1 año.
- Recepcionista: Profesional, egresado o estudiante que haya aprobado el 80% de la malla curricular, en carreras afines a administración turística, con o sin experiencia.
- Contador: Hombre o mujer, con preparación académica superior, (titulada, egresada o que haya aprobado el 80% de la malla curricular) de la carrera CPA, o afines, con o sin experiencia. Con gran manejo de estados financieros, y tributación al SRI (Servicio de Rentas Internas).
- Guías: Escogidos del grupo que asista a los cursos para la obtención de la licencia como guía nativo.
- Guardabosques: Hombre o mujer escogido(a) del grupo de guías nativos, quien deberá capacitarse en mantenimiento de senderos.
- Conserje: Con o sin experiencia, que haya aportado durante las adecuaciones del sendero.
- Guardia: Persona que haya recibido instrucción militar y que tenga experiencia mínima de 1 año.

***Departamentalización y división de trabajo:*** Con el objetivo de realizar una adecuada distribución de trabajo, se contempla la creación de varios departamentos, cada uno con su respectiva funcionalidad y responsabilidades.

Dpto. de Gerencia: Es el encargado de dirigir a toda la organización del sendero y rendir cuentas a la comunidad, por esta razón debe trabajar mancomunadamente con el cabildo, debe establecer planes a seguir por todos los subordinados, capacitarlos y desarrollar sus capacidades. También incluirá las funciones de un departamento de marketing tales como diseñar planes promocionales y gestionar proveedores en las áreas de cafetería y ventas de artesanías.

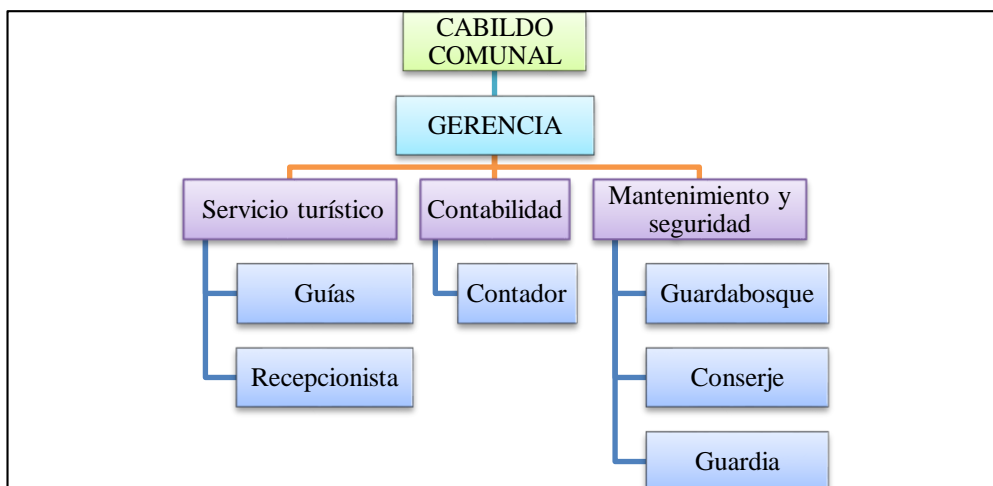
Dpto. de Operación turística: Este departamento es el más elemental de la estructura, por que el personal que lo compone, atiende directamente a los turistas, tales como guías y recepcionista.

Dpto. de Contabilidad y financiero: Debe llevar los registros obtenidos por el desarrollo de la actividad de servicio que se prestan en el sendero, realizando las respectivas declaraciones de impuestos al estado.

Mantenimiento y seguridad: Los trabajadores de este departamento deben brindar mantenimiento al sendero y a las instalaciones del centro de interpretación.

***Jerarquización de los departamentos:***

ILUSTRACIÓN N° 45: Diseño organizacional



Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

La empresa utiliza una jerarquía lineal vertical, que tiene como máxima autoridad al presidente de la comunidad, pero con administración propia, las cuales deben trabajar en conjunto. Esto obliga a que la administración del nuevo atractivo turístico presente informes mensuales de resultados obtenidos, y que los ingresos sean redistribuidos a través de obras.

#### c- DIRECCIÓN

El desarrollo de la actividad turística en este sector deberá regirse bajo el reglamento general para el uso del estuario La Boquita.

#### **Reglas para el uso del sendero**

- Respetar los límites de la capacidad de carga.
- Se prohíbe botar basura en el sendero.
- Se prohíbe extraer cualquier tipo de elemento en el sendero.
- Se prohíbe realizar recorridos por el sendero en cualquier equipo motorizado.
- Se prohíbe acampar o realizar picnics fuera del área establecida.
- Se prohíbe destruir cualquier mueble o equipo del sendero.

#### **Reglas de uso del centro de interpretación:**

- Se prohibirá destruir las instalaciones del centro de interpretación.
- Los proveedores de servicios turísticos, deberán contar con la documentación adecuada Registro único de turismo y RISE.

#### **Reglamento de los cursos de capacitación ambiental y vinculación con la colectividad**

- La edad mínima para los cursos de conservación ambiental es de 15 años.

- Las instituciones deberán enviar un comunicado previo para organizar adecuadamente los cursos de educación ambiental.
- El personal encargado del sendero, deberá organizar ferias para asegurar que todas las personas conozcan del lugar y lo que realiza diariamente.

#### d.- CONTROL

El control será realizado por los niveles jerárquicos superiores con el fin de lograr resultados positivos de esta actividad y conseguir los objetivos establecidos.

### **3.5. BRANDING Y ESTRATEGIAS DE MARKETING DEL SENDERO**

La gestión de marcas es un proceso necesario para toda aquella actividad que requiera ser difundida, especialmente a las que requieren de posicionamiento de mercado, como es el caso de productos y servicios. Alrededor del mundo existen muchos destinos con productos parecidos, pero que la diferencia del número de visitantes radica en una correcta difusión de la marca. El proceso debe responder a tres preguntas: ¿Quiénes somos?, ¿Cómo me represento?, y ¿Cómo me ven los clientes y proveedores?, la primera considerada por muchos autores como la identidad, la marca (representación visual) y la imagen.

#### 3.5.1. Identidad

El sendero llevará el nombre de La Boquita, por ser un término utilizado frecuentemente por los pobladores para referirse al área donde se radica el sendero, esta denominación común apoyaría a la difusión del sendero a nivel local.

Este proceso de definición de la identidad, fue realizado en la etapa de planeación del proceso administrativo, donde se plantearon los objetivos, misión, visión, filosofía, valores y principios que regirán la producción del servicio.

### 3.5.2. Representación visual

Es la composición del trademark (que presenta las principales actividades turísticas a desarrollar) y el slogan (que invita a los visitantes para que lo conozcan). Se eligió al isologo, por ser la combinación entre el logotipo (palabra con forma singular) e isotipo (símbolo que representa a la actividad productiva que realiza una empresa); la principal virtud de esta es su versatilidad, pues durante las etapas de lanzamiento e introducción de los productos se presenta una imagen completa (isotipo + logotipo), y cuando alcanza un reconocimiento masivo, solo presenta el símbolo (isotipo), pues ya se encuentra posicionada en la mente del consumidor.

ILUSTRACIÓN N° 46: Ícono del sendero



Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

Está compuesto por 4 elementos diferentes (2 isotipos y 2 logotipos) que están íntimamente relacionados, pues la combinación entre ambos elementos forma un camino que representa al sendero que lleva hasta el manglar, paraje importante para el avistamiento de aves playeras. Fue realizada en el programa de cómputo Microsoft Powerpoint 2010, y tiene los siguientes rasgos:

- ✚ Elemento #1: Es la letra S inclinada, con tipo de fuente Gill Sans MT Condensed, tamaño 714 de color café, y con bordes de 20 puntos; que simbolizan un camino o senda rodeado de vegetación.

- ✚ Elemento # 2: Es una imagen circular, con fondo degradado de los colores amarillo y naranja, y dentro de ella una bandada de pájaros en color negro, causando un efecto fotográfico llamativo; con borde de 6ptos, de color amarillo. Esta imagen tiene doble significado, pues pretende representar al sol y de la misma forma a la diversidad de aves playeras locales.
- ✚ El Logotipo #1: Es la combinación entre el isotipo 1 y la palabra “endero”, pues, ambos términos conforman la palabra sendero. Es un wordart con tipo de letra Berlin Sans FB, de color amarillo, con bordes suaves, sombreado en la parte inferior y con transformación espiral. El color amarillo intenta representar a la riqueza del suelo valdiviano, y su forma al oleaje del mar.
- ✚ Logotipo #2: Es la palabra “La Boquita” o el nombre del sendero, tiene una fuente de letras tipo Berlin Sans FB color azul que representa al Océano Pacífico y al río Valdivia, cuerpos de agua del sector.

El logotipo 1 de color amarillo y # 2 azul, con su respectiva forma, dan la apariencia a una playa, bañada por el mar. También el **slogan** o frase llamativa destinada para el sendero es “**Estimula tus sentidos**”, pues el avistamiento de aves, requiere de la aplicación de la vista y el oído, de manera que tienen que estar alertas para poder realizar los avistamientos. Tiene forma semejante a los logotipos, pero se diferencia por su color rojo y estilo de letra Bauhaus 93.

#### ILUSTRACIÓN N° 47: Slogan para el sendero

**Estimula tus sentidos**

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

La forma y colores de los logotipos 1 y 2, más el slogan forman la bandera tricolor, con los colores del Ecuador flameando; pues al internacionalizar a este atractivo, se requiere conocer el país al cual pertenece para que pueda ser visitado.

## ILUSTRACIÓN N° 48: Trademark + Slogan



Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

### ESTRATEGIAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN

La publicidad y las promociones son formas de difusión del sendero en el mercado, que muchas veces se confunden pero que tienen significados diferentes, pues la primera se basa en un material preparado para dar a conocer algo, mientras que las promociones son estrategias para incrementar las ventas.

**PLAN PROMOCIONAL:** Apunta a que el sendero alcance una imagen positiva donde se destaque la solidaridad, gran vinculación con la colectividad, y dinamismo con el progreso de la comuna donde se radica. Por esta razón deben organizarse dos tipos de actividades:

**Participación en ferias:** Las ferias establecen un contacto directo con los futuros consumidores, por esta razón, la gerencia en conjunto con el cabildo comunal, comisión de turismo local, Mintur y municipio organizarán ferias.

**Relaciones públicas:** Todas las actividades que se organicen serán publicadas en el portal web, y se invitará al Diario Super, de esta manera se obtiene publicidad gratuita. De la misma forma se realizarán viajes de familiarización a periodistas de los diarios Super y El Universo, con el fin de que publiquen la experiencia vivida en el sendero.



## PLAN PUBLICITARIO

**Folletería:** La decisión de tomar este tipo de medios, es por la facilidad de distribución a través de las diferentes oficinas de turismo y ambiente en la provincia, o por el apoyo de las tur operadoras. La folletería, se compone de trípticos y hojas volantes, donde se reproducirán 1000 unidades de cada uno.

ILUSTRACIÓN N° 49: Modelo de tríptico



Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

ILUSTRACIÓN N° 50: Modelo del flyer (hoja volante)



Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

**Banners:** se colocará un ejemplar en la entrada de la comunidad, informando el arribo al lugar y dando a conocer de la existencia del sendero.

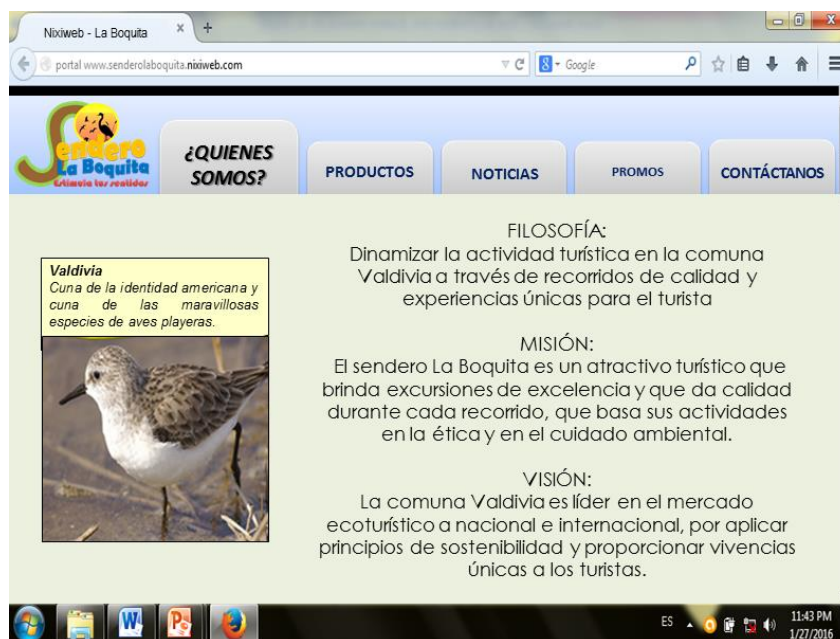
ILUSTRACIÓN N° 51: Banner de bienvenida a la comunidad



Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

**Página web y medios electrónicos:** La actual y creciente tendencia tecnológica obliga a toda organización a actualizarse, y darse a conocer a través de un sitio web o en redes sociales y correos, de esta manera la interacción con personas extranjeras se facilita. Donde se utilizará el alojador de hotspot de internet llamado nixiweb, por ser gratuito, teniendo el siguiente portal [www.senderolaboquita.nixiweb.com](http://www.senderolaboquita.nixiweb.com)

ILUSTRACIÓN N° 52: Página Web para el sendero



Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

### 3.6. DISEÑO ECONÓMICO Y FINANCIERO

#### 3.6.1. PRINCIPALES ACTIVOS

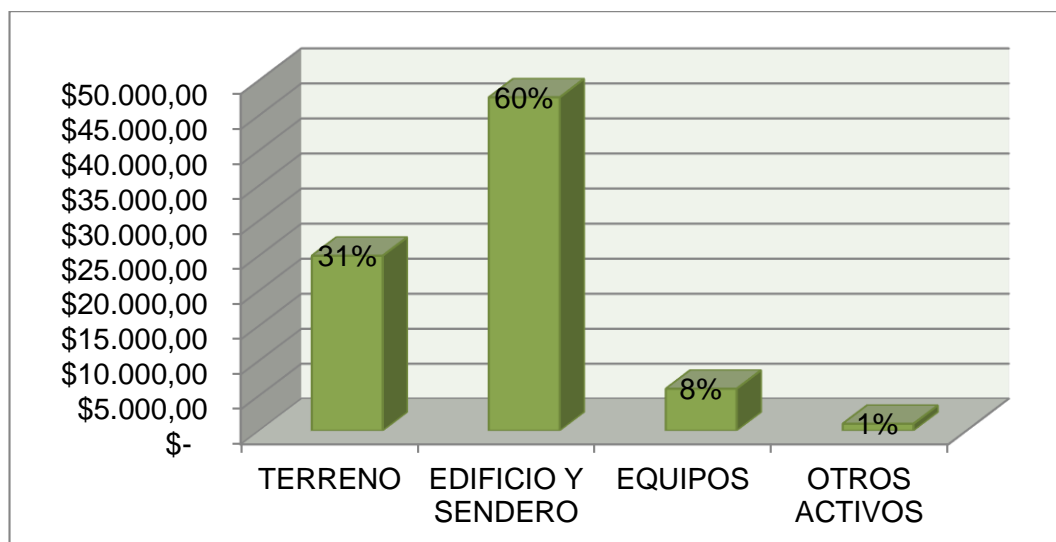
Según la tabla y gráfica que acontecen, el principal rubro en activos es el edificio pues aporta con el 60%, seguida del 31% perteneciente al valor del terreno, 8% para los equipos y 1% para otros activos.

**TABLA # 3:** Composición de los activos

| DESCRIPCIÓN        | VALOR TOTAL         | PORCENTAJE  |
|--------------------|---------------------|-------------|
| Terreno            | \$ 25,000.00        | 31%         |
| Edificio y sendero | \$ 47,598.00        | 60%         |
| Equipos            | \$ 6,004.00         | 8%          |
| Otros activos      | \$ 990.00           | 1%          |
| <b>TOTAL</b>       | <b>\$ 79,592.00</b> | <b>100%</b> |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

**GRÁFICO N° 25:** Activos



Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

**TERRENO:** El cabildo comunal, ha puesto a disposición un área de 100m por 80m valorado en \$25.000 en donde se establecería el centro de interpretación y local comercial.

EDIFICIO Y SENDERO: Es la cuenta con que se personificará a los valores repercutidos en la habilitación del sendero y construcción de un moderno centro de interpretación, estimando que \$47.598 es el valor requerido, de los cuales \$28.128 corresponden a mano de obra y \$19.470 a materiales para adecuaciones.

**TABLA # 4:** Mano de obra y materiales

| DESCRIPCIÓN  | VALOR TOTAL         |
|--------------|---------------------|
| Mano de obra | \$ 28,128.00        |
| Materiales   | \$ 19,470.00        |
| <b>TOTAL</b> | <b>\$ 47,598.00</b> |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

Los \$28.128 de la mano de obra sirven para contratar a 11 personas, quienes trabajarán por 8 meses, de los cuales 3 participarán en la habilitación y equipamiento del sendero, mientras que el resto de personal se encargará de la edificación del centro de interpretación ambiental.

**TABLA # 5:** Gastos de mano de obra

| PERSONAL                         | CANTIDAD | SALARIO MENSUAL | COSTO TOTAL  |
|----------------------------------|----------|-----------------|--------------|
| Personal de limpieza del sendero | 3        | 300             | 900          |
| Gasfitero                        | 1        | 354             | 354          |
| Carpintero                       | 1        | 354             | 354          |
| Electricista                     | 1        | 354             | 354          |
| Albañil                          | 1        | 354             | 354          |
| Oficial de construcción          | 4        | 300             | 1200         |
| <b>COSTO MENSUAL</b>             |          |                 | <b>3516</b>  |
| <b>8 MESES</b>                   |          |                 | <b>28128</b> |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

Del mismo modo los 19.470 dólares destinados a la compra de materiales necesarios para la construcción, mismos que tiene un valor bajo, debido a que son productos que fácilmente se los adquieren en el medio, los cuales se presentan en la tabla #6.

**TABLA # 6:** Gastos de materiales

| <b>MATERIALES</b>                      | <b>CANTIDAD</b> | <b>COSTO UNITARIO</b> | <b>COSTO TOTAL</b> |
|--|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Metros de piedra chispa                | 30              | 15                    | 450                |
| Clavos                                 |                 |                       | 50                 |
| Rollos de alambre                      |                 |                       | 30                 |
| Mangle y tiras de chanul               | 26              | 15                    | 390                |
| Cientos de ladrillo                    | 40              | 30                    | 1200               |
| Fundas de cemento                      | 250             | 8                     | 2000               |
| Quintales de hierro                    |                 |                       | 1500               |
| Metros de cerámica para pisos          | 300             | 25                    | 7500               |
| Metros de cerámica para baños y duchas | 20              | 25                    | 500                |
| Tablas de encofrado                    | 20              | 5                     | 100                |
| Puertas de madera                      | 5               | 220                   | 1100               |
| Puertas de vidrio                      | 1               | 500                   | 500                |
| Ventanas de aluminio y vidrio          | 1               | 200                   | 200                |
| Plantas ornamentales                   |                 |                       | 500                |
| Adecuaciones del sendero               |                 |                       | 700                |
| Instalaciones eléctricas               |                 |                       | 400                |
| Pozo séptico                           |                 |                       | 550                |
| Tuberías                               |                 |                       | 800                |
| Cade para techado                      |                 |                       | 1000               |
| <b>TOTAL</b>                           |                 |                       | <b>19470</b>       |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

EQUIPOS: \$ 6.004 es el valor necesario para la inversión en equipos, considerando que \$2.434 son destinados al sendero y \$3.570 al edificio de interpretación. La cuenta muebles y enseres ha sido incluida dentro de esta cuenta por la reducida cantidad de elementos.

**TABLA # 7:** Equipos y muebles

| <b>DESCRIPCIÓN</b>   | <b>VALOR TOTAL</b> |
|----------------------|--------------------|
| Equipos sendero      | 2434               |
| Equipos CI           | 3570               |
| <b>TOTAL EQUIPOS</b> | <b>6004</b>        |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

**TABLA # 8:** Equipos y muebles del sendero

| <b>DESCRIPCIÓN</b>   | <b>CANTIDAD</b> | <b>PU</b> | <b>PT</b>   |
|----------------------|-----------------|-----------|-------------|
| Puente de madera     | 1               | \$ 500    | \$ 500      |
| Mampara              | 2               | \$ 300    | \$ 600      |
| Pilotes de caña      |                 |           | \$ 100      |
| Pictogramas          | 15              | \$ 6      | \$ 90       |
| Paneles horizontales | 10              | \$ 4      | \$ 40       |
| Paneles verticales   | 9               | \$ 4      | \$ 36       |
| Torre de observación | 1               | \$ 400    | \$ 400      |
| Bancas de madera     | 15              | \$ 4      | \$ 60       |
| Bancas para picnic   | 10              | \$ 5      | \$ 50       |
| Tachos de basura     | 13              | \$ 6      | \$ 78       |
| Canoa de montaña     | 1               | \$ 400    | \$ 400      |
| Equipos de camping   | 8               | \$ 10     | \$ 80       |
| <b>TOTAL</b>         |                 |           | <b>2434</b> |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

**TABLA # 9:** Equipos y muebles del Centro de Interpretación

| <b>EQUIPAMIENTO</b>     | <b>CANTIDAD</b> | <b>PU</b> | <b>PT</b>   |
|-------------------------|-----------------|-----------|-------------|
| Equipos de cómputo      | 2               | 320       | 640         |
| Retroproyector          | 1               | 200       | 200         |
| Impresoras multifunción | 1               | 250       | 250         |
| Equipos para los baños  |                 |           | 1000        |
| Equipo para las duchas  |                 |           | 500         |
| Silla ejecutiva         | 2               | 15        | 30          |
| Escritorios             | 2               | 50        | 100         |
| Sillas plásticas        | 50              | 10        | 500         |
| Juegos de comedor       | 4               | 50        | 200         |
| Puestos para artesanos  | 3               | 50        | 150         |
| <b>TOTAL</b>            |                 |           | <b>3570</b> |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

OTROS ACTIVOS: Está compuesta por los gastos efectuados en la constitución de la empresa especialmente en la obtención de los permisos de funcionamiento, instalaciones de internet y teléfono, decoraciones y arreglos del local comercial, y dotación de equipos de seguridad industrial especialmente de extintores para incendios.

**TABLA # 10:** Cuenta otros activos

| DESCRIPCIÓN                               | CANTIDAD | PU  | PT            |
|---|----------|-----|---------------|
| Activos intangibles (patentes y permisos) | 1        | 300 | 300           |
| Línea telefónica e internet               | 1        | 100 | 100           |
| Decoración del centro de interpretación   |          |     | 500           |
| Equipos de seguridad industrial           | 2        | 45  | 90            |
| <b>TOTAL</b>                              |          |     | <b>\$ 990</b> |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

### 3.6.2. PERSONAL

Se requieren 9 personas para 7 puestos, recibiendo remuneraciones que están a la par con la remuneración básica, y beneficios salariales establecidos por el gobierno central para el año 2015.

**TABLA # 11:** Costo unitario por colaborador

| CARGO          | SUELDO | 13ER  | 14TO  | VACAC. | RESERVA | IESS  | TOTAL  |
|----------------|--------|-------|-------|--------|---------|-------|--------|
| Administrador  | 360    | 30.00 | 30.00 | 15.00  | 30.00   | 33.66 | 498.66 |
| Recepcionista  | 354    | 29.50 | 29.50 | 14.75  | 29.50   | 33.10 | 490.35 |
| Contador       | 354    | 29.50 | 29.50 | 14.75  | 29.50   | 33.10 | 490.35 |
| Guía turístico | 354    | 29.50 | 29.50 | 14.75  | 29.50   | 33.10 | 490.35 |
| Guardabosque   | 354    | 29.50 | 29.50 | 14.75  | 29.50   | 33.10 | 490.35 |
| Conserje       | 354    | 29.50 | 29.50 | 14.75  | 29.50   | 33.10 | 490.35 |
| Guardia        | 354    | 29.50 | 29.50 | 14.75  | 29.50   | 33.10 | 490.35 |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

El personal de administración percibe \$11868, la mano de obra directa \$ 23536.75 y la mano de obra indirecta \$11868.11; todos estos valores proyectados a un año.

**TABLA # 12:** Valores consolidados de la mano de obra

| DESCRIPCIÓN             | VALOR            |
|-------------------------|------------------|
| Mano de obra directa    | 23536.75         |
| Mano de obra indirecta  | 11768.38         |
| Personal administrativo | 11868.11         |
| <b>TOTAL</b>            | <b>47173.236</b> |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

**TABLA # 13:** Personal de administración

| CARGO                | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL     |
|----------------------|----------|----------------|-----------------|
| Administrador        | 1        | 498.66         | 498.66          |
| Contador             | 1        | 490.35         | 490.35          |
| <b>TOTAL MENSUAL</b> |          |                | <b>989.01</b>   |
| <b>TOTAL ANUAL</b>   |          |                | <b>11868.11</b> |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

**TABLA # 14:** Mano de obra directa

| CARGO                | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL     |
|----------------------|----------|----------------|-----------------|
| Guías turísticos     | 2        | 490.35         | 980.70          |
| Guardabosques        | 1        | 490.35         | 490.35          |
| Recepcionista        | 1        | 490.35         | 490.35          |
| <b>TOTAL MENSUAL</b> |          |                | <b>1961.40</b>  |
| <b>TOTAL ANUAL</b>   |          |                | <b>23536.75</b> |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

**TABLA # 15:** Mano de obra indirecta

| CARGO                | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL     |
|----------------------|----------|----------------|-----------------|
| Conserje             | 1        | 490.35         | 490.35          |
| Guardia              | 1        | 490.35         | 490.35          |
| <b>TOTAL MENSUAL</b> |          |                | <b>980.70</b>   |
| <b>TOTAL ANUAL</b>   |          |                | <b>11768.38</b> |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

### 3.6.3. MATERIALES

Las artesanías de balsa son materiales directos por que serán entregados a cada visitante, estando el valor en función del volumen de producción. Mientras que los materiales indirectos son los kits para primeros auxilios que tendrán los guías.

**TABLA # 16:** Materiales directos

| DESCRIPCIÓN         | CANTIDAD | PRECIO | V. MENSUAL   | V. ANUAL       |
|---------------------|----------|--------|--------------|----------------|
| Artesanías de balsa | 1000     | \$0.10 | \$100        | \$1,200        |
| <b>TOTAL</b>        |          |        | <b>\$100</b> | <b>\$1,200</b> |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)



**TABLA # 17:** Materiales indirectos

| DESCRIPCIÓN               | CANTIDAD | PRECIO | MENSUAL        | ANUAL           |
|---------------------------|----------|--------|----------------|-----------------|
| Kits de primeros auxilios | 2        | \$5    | \$10.00        | \$120.00        |
| <b>TOTAL</b>              |          |        | <b>\$10.00</b> | <b>\$120.00</b> |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

### 3.6.4. DEPRECIACIONES, MANTENIMIENTO Y SEGUROS DE ACTIVOS

En esta sección se presentan los valores de las depreciaciones de los equipos y el edificio, los cuales tienen una vida útil de 10 años; y un valor residual de la décima parte del costo total. Además se ha destinado el 2% de los activos para su reparación y mantenimiento; y otro 2% corresponde al pago de seguros contra incendios.

**TABLA # 18:** Depreciaciones de activos

| ACTIVO       | COSTO  | V. ÚTIL | V. RESIDUAL | DEPRECIACIÓN     | MANTENIMIENTO | SEGURO        |
|--------------|--------|---------|-------------|------------------|---------------|---------------|
| Edificio     | 47,598 | 10      | 4,759.80    | 4,283.82         | 951.96        | 951.96        |
| Equipos      | 79,592 | 10      | 7,959       | 7,163.28         | 15.92         | 15.92         |
| <b>TOTAL</b> |        |         |             | <b>11,447.10</b> | <b>967.88</b> | <b>967.88</b> |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

### 3.6.5. SUMINISTROS

La consigna de \$1560 es destinada para los suministros en el año, donde se incluyen los pagos de planillas de agua, luz, teléfono e internet.

**TABLA # 19:** Gasto mensual en suministros

| SERVICIO               | VALOR MENSUAL | VALOR ANUAL |
|------------------------|---------------|-------------|
| Agua                   | 10            | 120         |
| Luz                    | 40            | 480         |
| Internet y teléfono    | 60            | 720         |
| Suministros de oficina | 20            | 240         |
| <b>TOTAL MENSUAL</b>   | <b>130</b>    | <b>1560</b> |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

### 3.6.6. CARGA FABRIL

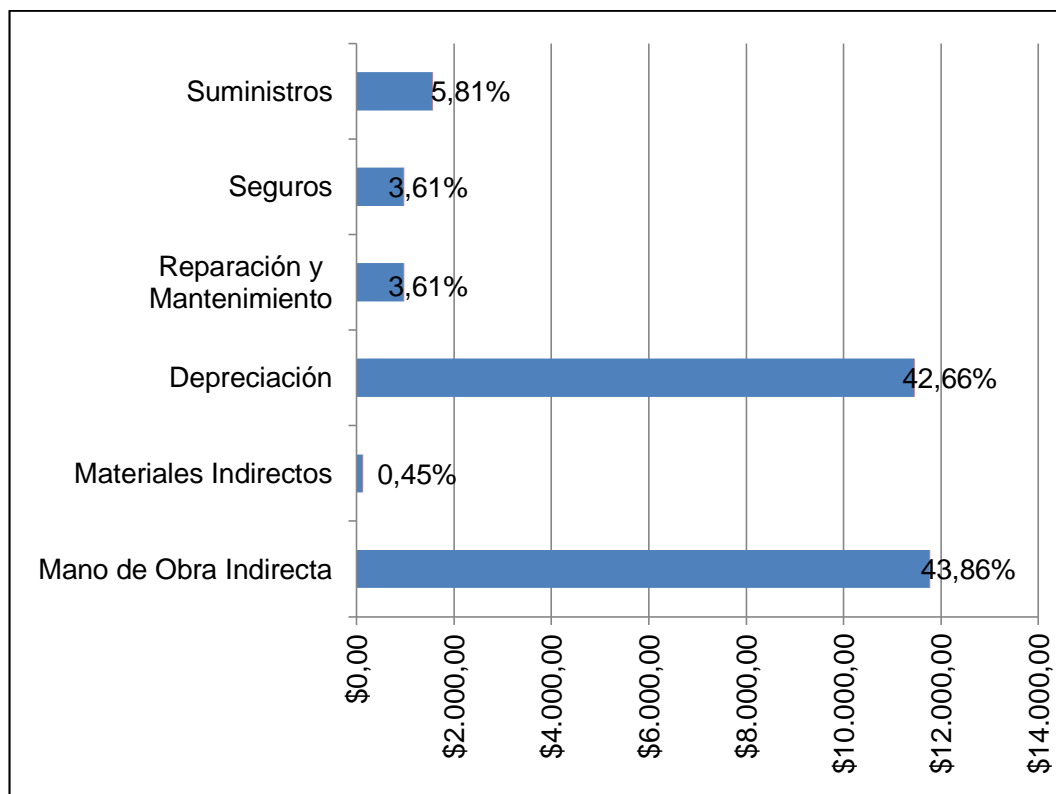
Está compuesta de los gastos incurridos en la mano de obra indirecta 43.86%, depreciaciones 42.66%, suministros 5.81%, seguros 3.61%, reparación de los activos 3.61% y 0,45% de materiales indirectos.

**TABLA # 20:** Composición de la carga fabril

| DESCRIPCIÓN                | VALOR TOTAL        |
|----------------------------|--------------------|
| Mano de Obra Indirecta     | \$11,768.38        |
| Materiales Indirectos      | \$120.00           |
| Depreciación               | \$11,447.10        |
| Reparación y Mantenimiento | \$967.88           |
| Seguros                    | \$967.88           |
| Suministros                | \$1,560.00         |
| <b>TOTALES</b>             | <b>\$26,831.23</b> |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

**GRÁFICO N° 26:** Carga fabril



Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

### 3.6.7. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Dentro de esta categoría se ha considerado conveniente destinar \$300 en gastos generales que son incurridos en la obtención de las licencias anuales, y las remuneraciones más beneficios del personal administrativo.

**TABLA # 21:** Gastos en administración

| <b>DESCRIPCIÓN</b>      | <b>VALOR TOTAL</b>  |
|-------------------------|---------------------|
| Gastos Generales        | \$ 300.00           |
| Personal Administrativo | \$ 11,868.11        |
| <b>TOTALES</b>          | <b>\$ 12,168.11</b> |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

### 3.6.8. GASTOS DE VENTAS

El único gasto de ventas son los \$750 anuales en publicidad para el sendero, donde se realizará la adquisición de 1 banner, 1.000 trípticos y 1.000 hojas volantes.

**TABLA # 22:** Gastos de ventas

| <b>PUBLICIDAD</b>   | <b>VALOR ANUAL</b> |
|---------------------|--------------------|
| Banner              | 400                |
| 1000 trípticos      | 200                |
| 1000 hojas volantes | 150                |
| <b>TOTAL</b>        | <b>750</b>         |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

### 3.6.9. CAPACIDAD OPERATIVA

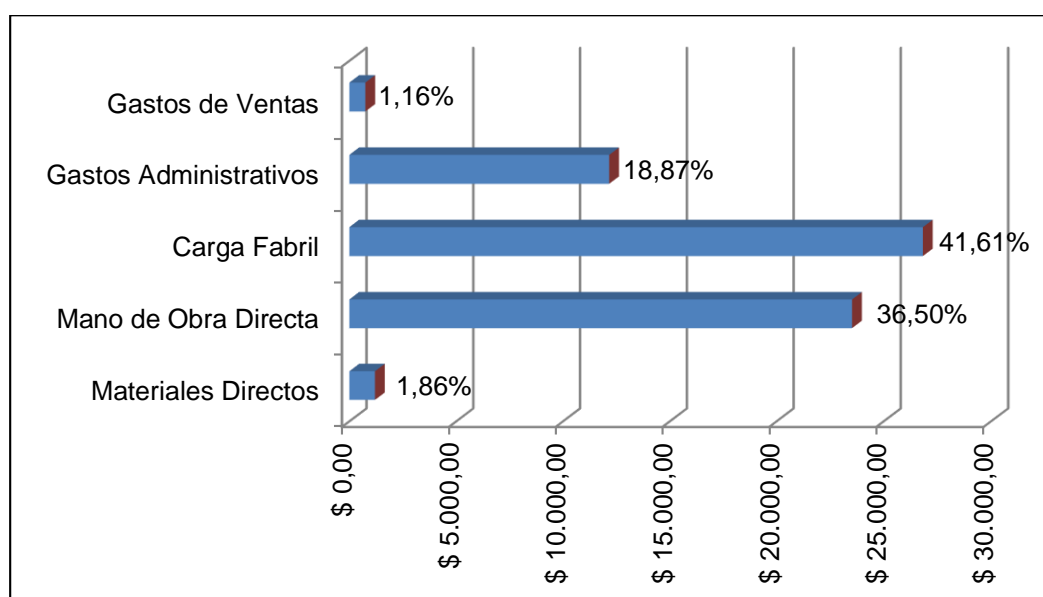
Los \$ 64.486,09 son la sumatoria de los materiales directos \$ 1.200, mano de obra directa \$ 23,536.75, carga fabril \$ 26,831.23 gastos administrativos y gastos de venta \$ 750. Los principales rubros son la carga fabril y la mano de obra directa que ambos conforman el 78,11%.

**TABLA # 23:** Valor de la capacidad operativa

| DESCRIPCIÓN            | VALOR TOTAL         |
|------------------------|---------------------|
| Materiales Directos    | \$ 1,200.00         |
| Mano de Obra Directa   | \$ 23,536.75        |
| Carga Fabril           | \$ 26,831.23        |
| Gastos Administrativos | \$ 12,168.11        |
| Gastos de Ventas       | \$ 750.00           |
| <b>TOTAL</b>           | <b>\$ 64,486.09</b> |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

**GRÁFICO N° 27:** Capacidad operativa



Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

### 3.6.10. VALOR DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

**INVERSIÓN TOTAL:** El valor total de la inversión es de \$144.078,09 compuesta de 55.24% en inversión fija y 44.76% en capital de operaciones.

**TABLA # 24:** Valor total de la inversión

| DESCRIPCIÓN            | VALOR TOTAL       | %           |
|------------------------|-------------------|-------------|
| Inversión Fija         | 79,592.00         | 55.24%      |
| Capital de Operaciones | 64,486.09         | 44.76%      |
| <b>INVERSIÓN TOTAL</b> | <b>144,078.09</b> | <b>100%</b> |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

FUENTES DE FINANCIAMIENTO: El costo de la inversión total es \$144.078,09 que serán gestionados en la Empresa Municipal de Turismo 40% y Ministerio de Turismo 40%. También se incluye el valor del terreno cedido por el Cabildo Comunal que significa el 17%, y el 3% que serán cubiertos con la adquisición de un crédito a la Corporación Financiera Nacional.

**TABLA # 25:** Porcentaje de participación en la inversión

| DESCRIPCIÓN            | VALOR TOTAL       | %           |
|------------------------|-------------------|-------------|
| CFN                    | 5.000             | 3%          |
| EMUTURISMO             | 57039.0464        | 40%         |
| MINTUR                 | 57039.0464        | 40%         |
| Cabildo comunal        | 25000             | 17%         |
| <b>INVERSIÓN TOTAL</b> | <b>144,078.09</b> | <b>100%</b> |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO: El préstamo de \$5.000, será obtenido de la CFN, por ser una empresa seria y que presenta las mejores condiciones, por su tasa de interés del 10% que es la más baja del mercado en un periodo de 10 años.

**TABLA # 26:** Tabla de amortización del préstamo

| Periodo | Amortización | Interés  | Dividendos Anuales | Saldos     |
|---------|--------------|----------|--------------------|------------|
| 0       |              |          |                    | 5,000.00   |
| 1       | \$397.52     | \$250.00 | \$647.52           | \$4,602.48 |
| 2       | \$417.40     | \$230.12 | \$647.52           | \$4,185.08 |
| 3       | \$438.27     | \$209.25 | \$647.52           | \$3,746.81 |
| 4       | \$460.18     | \$187.34 | \$647.52           | \$3,286.63 |
| 5       | \$483.19     | \$164.33 | \$647.52           | \$2,803.44 |
| 6       | \$507.35     | \$140.17 | \$647.52           | \$2,296.08 |
| 7       | \$532.72     | \$114.80 | \$647.52           | \$1,763.37 |
| 8       | \$559.35     | \$88.17  | \$647.52           | \$1,204.01 |
| 9       | \$587.32     | \$60.20  | \$647.52           | \$616.69   |
| 10      | \$616.69     | \$30.83  | \$647.52           | \$0.00     |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

### 3.6.11. DETERMINACIÓN DEL PRECIO Y PUNTO DE EQUILIBRIO

**COSTO DE PRODUCCIÓN:** Para la producción del servicio se necesitan al año \$64.736.09, es decir que al mes se invertirá \$5.394,09, lo que resulta un promedio diario de \$ 177,35, considerando a los costos directos e indirectos.

**TABLA # 27:** Costo de producción

| DESCRIPCIÓN                        | \$                 |                    |
|------------------------------------|--------------------|--------------------|
| <b><u>Costos Directos</u></b>      |                    | <b>\$51,567.98</b> |
| Materia prima                      | \$1,200.00         |                    |
| Mano de obra directa               | \$23,536.75        |                    |
| Carga fabril                       | \$26,831.23        |                    |
| <b><u>Costos Indirectos</u></b>    |                    | <b>\$13,168.11</b> |
| Gastos de Administración           | \$12,168.11        |                    |
| Gastos de Ventas                   | \$750.00           |                    |
| Gastos de financieros              | \$250.00           |                    |
| <b>Costo de producción - anual</b> | <b>\$64,736.09</b> | <b>\$64,736.09</b> |
| <b>Costo de producción mensual</b> | <b>\$5,394.67</b>  |                    |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

**VOLUMEN DE PRODUCCIÓN:** Se ha preconcebido que la demanda anual sea de 11680, que corresponden a 32 personas o 4 recorridos diarios. Mismo que representa una captación del 1.29% de la demanda provincial que según Shirley Serrano, (2012) periodista del diario Pepe, es de 900.000 turistas.

**COSTO UNITARIO:** El volumen y costos de producción, permiten definir el costo unitario que será de \$5,54, el cual permite ser competitivo en el mercado.

**TABLA # 28:** Costo unitario

| DESCRIPCIÓN                     | CANTIDAD       |
|---------------------------------|----------------|
| Volumen de Producción (u /año)  | 11,680         |
| Costo de Producción ( \$ / año) | 64,736.09      |
| <b>COSTO UNITARIO ( \$/ U)</b>  | <b>\$ 5.54</b> |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

PRECIO: En base al costo de producción unitario que es de \$5,54 y tasa de rentabilidad del 40%, se ha determinado un precio de \$8. Valor accesible que permite ingresar al mercado en igualdad de condiciones con la competencia.

**TABLA # 29:** Precio de venta del servicio

| DESCRIPCIÓN                      | \$ CANTIDAD |
|----------------------------------|-------------|
| Costo unitario del producto      | 5.54        |
| Margen de rentabilidad           | 40%         |
| <b>PRECIO VENTA DEL PRODUCTO</b> | <b>\$ 8</b> |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

COSTO FIJO Y VARIABLE: Los costos fijos o invariables son de \$ 63.813,62, mientras que los costos variables son de 1320, que podrían variar de acuerdo al volumen de producción.

**TABLA # 30:** Clasificación de los costos

| COSTOS                     | FIJOS (\$)       | VARIABLES (\$)  |
|----------------------------|------------------|-----------------|
| Materiales Directos        |                  | 1,200.00        |
| Mano de Obra Directa       | 23,536.75        |                 |
| Materiales Indirectos      |                  | 120.00          |
| Mano de Obra Indirecta     | 11,768.38        |                 |
| Reparación y Mantenimiento | 967.88           |                 |
| Seguros                    | 967.88           |                 |
| Suministros                | 1,560.00         |                 |
| Depreciaciones             | 11,447.10        |                 |
| Gastos Administrativos     | 12,168.11        |                 |
| Gastos de Ventas           | 750.00           |                 |
| Gastos financieros         | 250.00           |                 |
| Amortización               | 397.52           |                 |
| <b>TOTAL</b>               | <b>63,813.62</b> | <b>1,320.00</b> |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

PUNTO DE EQUILIBRIO: Para obtener el punto de equilibrio se debe recurrir a la aplicación de la fórmula, la cual es la división entre los costos fijos totales y la diferencia del precio menos los costos totales unitarios.

$$E = \frac{\text{Costo fijo total}}{\text{precio} - \text{costo variable unitario}}$$

$$PE = \frac{63.813,62}{7,8 - 5,54}$$

$$PE = 28.784$$

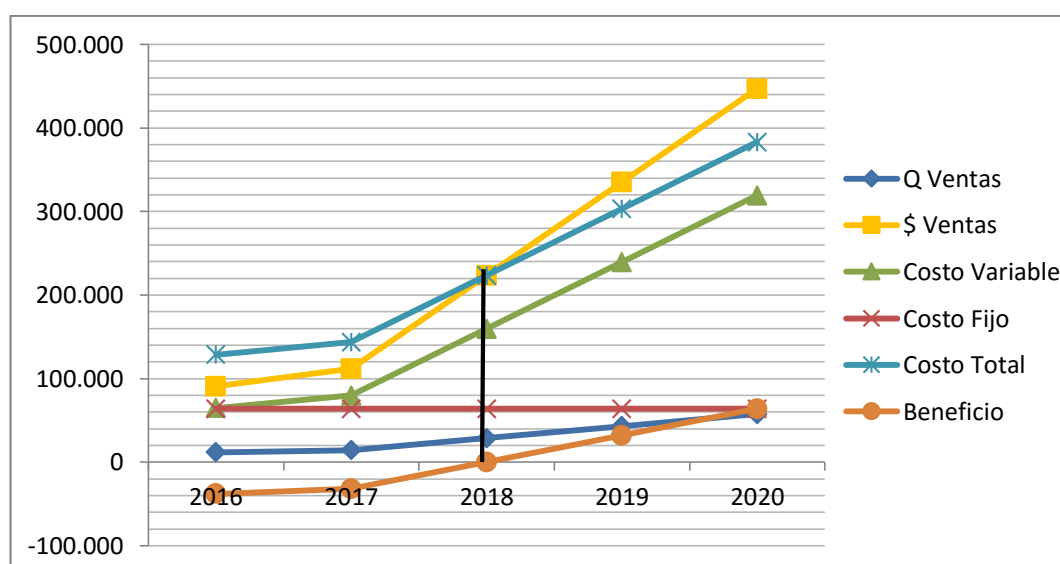
El número de ventas al año que debe alcanzar la empresa es de 28.784 visitantes, que en términos monetarios debe alcanzar un ingreso por ventas de \$ 223.248, costo variable de \$ 159.534, costo fijo de \$ 63.814, costo total de \$ 223.348 y beneficio de cero; el cual coincide al tercer año.

**TABLA # 31:** Punto de equilibrio matemático

|                       | 2016    | 2017    | 2018    | 2019    | 2020    |
|-----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| <b>Q Ventas</b>       | 11,680  | 14,392  | 28,784  | 43,176  | 57,568  |
| <b>\$ Ventas</b>      | 90,631  | 111,674 | 223,348 | 335,021 | 446,695 |
| <b>Costo Variable</b> | 64,736  | 79,767  | 159,534 | 239,301 | 319,068 |
| <b>Costo Fijo</b>     | 63,814  | 63,814  | 63,814  | 63,814  | 63,814  |
| <b>Costo Total</b>    | 128,550 | 143,581 | 223,348 | 303,115 | 382,882 |
| <b>Beneficio</b>      | -37,919 | -31,907 | 0       | 31,907  | 63,814  |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

**GRÁFICO N° 28:** Punto de equilibrio gráfico



Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)



### 3.6.12. ESTADOS FINANCIEROS E INDICADORES DE RENTABILIDAD

PROYECCIÓN DE INGRESOS: Se proyectan \$585.526.43 por la prestación de servicios para el año 2020, considerando un alza de precios de 7% anual, según se ha destinado para este estudio y un alza de los precios del 20% en los objetos y servicios que adquiera la empresa.

**TABLA # 32:** Ingresos por ventas

| AÑO  | PROGRAMA DE PRODUCCIÓN | P. V. P. | INGRESOS ANUALES |
|------|------------------------|----------|------------------|
| 2016 | 11,680                 | \$7.8    | \$90,630.53      |
| 2017 | 14,392                 | \$8.3    | \$119,491.00     |
| 2018 | 28,784                 | \$8.9    | \$255,710.73     |
| 2019 | 43,176                 | \$9.5    | \$410,415.72     |
| 2020 | 57,568                 | \$10.2   | \$585,526.43     |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

**TABLA # 33:** Estado de pérdidas y ganancias

| DESCRIPCIÓN                                  | \$               |                   |                   |                   |                   |
|--|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
|  | 2016             | 2017              | 2018              | 2019              | 2020              |
| <b>Ventas</b>                                | <b>90,630.53</b> | <b>119,491.00</b> | <b>255,710.73</b> | <b>410,415.72</b> | <b>585,526.43</b> |
| <b>Costo de Ventas</b>                       | <b>51,567.98</b> | <b>61,881.58</b>  | <b>74,257.90</b>  | <b>89,109.48</b>  | <b>106,931.37</b> |
| Materiales Directos                          | 1,200.00         | 1,440.00          | 1,728.00          | 2,073.60          | 2,488.32          |
| Mano de Obra Directa                         | 23,536.75        | 28,244.10         | 33,892.92         | 40,671.51         | 48,805.81         |
| Carga fabril                                 | 26,831.23        | 32,197.48         | 38,636.98         | 46,364.37         | 55,637.24         |
| <b>Gastos de Operación</b>                   | <b>12,918.11</b> | <b>15,501.73</b>  | <b>18,602.08</b>  | <b>22,322.49</b>  | <b>26,786.99</b>  |
| G. Administrativos                           | 12,168.11        | 14,601.73         | 17,522.08         | 21,026.49         | 25,231.79         |
| G. de Ventas                                 | 750.00           | 900.00            | 1,080.00          | 1,296.00          | 1,555.20          |
| <b>Utilidad Operación</b>                    | <b>26,144.44</b> | <b>42,107.68</b>  | <b>162,850.76</b> | <b>298,983.75</b> | <b>451,808.07</b> |
| <b>Gastos financieros</b>                    | <b>250.00</b>    | <b>230.12</b>     | <b>209.25</b>     | <b>187.34</b>     | <b>164.33</b>     |
| <b>Utilidad neta antes del 15% - 25%</b>     | <b>25,894.44</b> | <b>41,877.56</b>  | <b>162,641.50</b> | <b>298,796.41</b> | <b>451,643.74</b> |
| <b>15 % Participación a los trabajadores</b> | <b>3,884.17</b>  | <b>6,281.63</b>   | <b>24,396.23</b>  | <b>44,819.46</b>  | <b>67,746.56</b>  |
| <b>Utilidad neta antes del 25%</b>           | <b>22,010.27</b> | <b>35,595.93</b>  | <b>138,245.28</b> | <b>253,976.95</b> | <b>383,897.18</b> |
| <b>25% SRI</b>                               | <b>5,502.57</b>  | <b>8,898.98</b>   | <b>34,561.32</b>  | <b>63,494.24</b>  | <b>95,974.29</b>  |
| <b>Utilidad Neta Final</b>                   | <b>16,507.70</b> | <b>26,696.94</b>  | <b>103,683.96</b> | <b>190,482.71</b> | <b>287,922.88</b> |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

FLUJO DE CAJA: Esta herramienta contable y financiera muestra los movimientos financieros ocasionados por la actividad turística en el sendero, incluyendo las amortizaciones del préstamo obtenido para financiar la obra. Y determina la capacidad de pago de las deudas a corto plazo, alcanzando utilidades altas que permiten afirmar que el proyecto es rentable.

**TABLA # 34:** Flujo de caja

|                            | PERIODOS ANUALES  |                  |                  |                   |                   |                   |
|----------------------------|-------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
|                            | 0                 | 2016             | 2017             | 2018              | 2019              | 2020              |
| Inversión Inicial          | - 79,592.00       |                  |                  |                   |                   |                   |
| Capital de Operaciones     | - 64,486.09       |                  |                  |                   |                   |                   |
| Inversión neta             | - 144,078.09      |                  |                  |                   |                   |                   |
| Ingresos por ventas        |                   | 90,630.53        | 119,491.00       | 255,710.73        | 410,415.72        | 585,526.43        |
| Total Costo de Ventas      |                   | 51,567.98        | 61,881.58        | 74,257.90         | 89,109.48         | 106,931.37        |
| Total gastos de operación  |                   | 12,918.11        | 15,501.73        | 18,602.08         | 22,322.49         | 26,786.99         |
| Gastos financieros         |                   | 250.00           | 230.12           | 209.25            | 187.34            | 164.33            |
| Participación trabajadores |                   | 3,884.17         | 6,281.63         | 24,396.23         | 44,819.46         | 67,746.56         |
| 25% SRI                    |                   | 5,502.57         | 8,898.98         | 34,561.32         | 63,494.24         | 95,974.29         |
| Amortización               |                   | 397.52           | 417.40           | 438.27            | 460.18            | 483.19            |
| <b>Flujo neto</b>          |                   | <b>16,110.18</b> | <b>26,279.55</b> | <b>103,245.69</b> | <b>190,022.53</b> | <b>287,439.69</b> |
| <b>FVA</b>                 |                   | <b>88%</b>       | <b>77%</b>       | <b>67%</b>        | <b>59%</b>        | <b>52%</b>        |
| <b>Flujo de efectivo</b>   |                   | <b>14,131.74</b> | <b>20,221.26</b> | <b>69,687.90</b>  | <b>112,508.59</b> | <b>149,287.17</b> |
| <b>VAFE</b>                | <b>365,836.65</b> |                  |                  |                   |                   |                   |
| <b>VAN</b>                 | <b>221,758.56</b> |                  |                  |                   |                   |                   |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

VALOR ACTUAL NETO (VAN): Este indicador acumula las utilidades desde el 2016 hasta el año 2020, y considera una tasa de descuento que para este proyecto será del 14%; resultando \$221,758.56 como VAN.

$$Tasa\ de\ descuento = \frac{1}{(1+i)^t} =$$

$$Tasa\ de\ descuento = \frac{1}{(1 + 0,14)^4}$$

$$Tasa\ de\ descuento = 0,59$$

|                   |      |      |      |      |      |
|-------------------|------|------|------|------|------|
| Resultados de FVA | 0.88 | 0.77 | 0.67 | 0.59 | 0.52 |
|-------------------|------|------|------|------|------|

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

Este proceso financiero de trasladar las utilidades futuras al presente, conlleva a deducir la rentabilidad del proyecto frente al total estimado de inversión, el cual es positivo por las utilidades que se obtienen. En términos sencillos el proyecto es rentable porque el total de ingresos esperados para los próximos 5 años superan a la inversión total que se realizará.

**TASA INTERNA DE RETORNO:** La TIR del proyecto es de 45% que es superior a la tasa de descuento del 14%, por lo tanto el resultado del proyecto es positivo, obteniendo rentabilidad y utilidad.

**ÍNDICE DE RENTABILIDAD:** Los valores proyectados permiten calcular el índice de rentabilidad que es la división entre los ingresos y los egresos de los próximos 5 años, obteniendo un resultado de 1,75.

Este valor indica que por cada valor monetario invertido en el proyecto se recuperará \$1,75, lo que demuestra una vez más la factibilidad de este estudio.

$$Costo\ beneficio = \frac{Ingresos}{Egresos}$$

$$Costo\ beneficio = \frac{1,461,774.41}{838,676.77}$$

$$Costo\ beneficio = 1,75$$

### 3.7. PLAN DE ACCIÓN

| <b>EJE ESTRATÉGICO # 1:</b><br>Diseño del sendero                |  |                  |              |                     |
|--|--|------------------|--------------|---------------------|
| <b>ESTRATEGIA</b>  | <b>ACCIÓN</b>  | <b>PRIORIDAD</b> | <b>PLAZO</b> | <b>PRESUPUESTO</b>  |
| <b>Diagnóstico situacional</b>                                   | Inventario de atractivos   | Alta             | 1 meses      | No incluye          |
|  | Identificación de la flora y fauna                                   | Alta             | 1 meses      | No incluye          |
|  | Análisis FODA  | Media            | 1 semana     | No incluye          |
| <b>Equipamiento y amoblado del sendero</b>                       | Determinación de áreas importantes para el sendero                   | Alta             | 2 meses      | No incluye          |
|  | Adecuaciones del sendero y construcción del centro de interpretación | Alta             | 8 meses      | \$ 47.598           |
|  | Dotación de equipos y muebles del sendero y centro de interpretación | Alta             |              | \$ 31.994           |
| <b>Estudios de impactos</b>                                      | Cálculo de la capacidad de carga                                     | Alta             | 2 meses      | No incluye          |
|  | Estudio de impactos al ambiente y a la sociedad                      | Alta             | 2 meses      | No incluye          |
| <b>TOTAL EJE #1</b>  |  |                  |              | <b>\$ 79.592</b>    |
| <b>EJE ESTRATÉGICO # 2:</b><br>Diseño del modelo de gestión      |  |                  |              |                     |
| <b>Diseño administrativo</b>                                     | Etapa de planeación  | Alta             | 2 meses      | No incluye          |
|  | Etapa de organización  | Alta             |              | \$ 47.173,20        |
|  | Etapa de dirección   | Alta             |              | No incluye          |
|  | Etapa de control   | Alta             |              | No incluye          |
| <b>TOTAL EJE #2</b>  |  |                  |              | <b>\$ 47.173,20</b> |
| <b>EJE ESTRATÉGICO # 3:</b><br>Diseño promocional y publicitario |  |                  |              |                     |
| <b>Branding y estrategias de marketing</b>                       | Creación de la marca   | Alta             | 2 meses      | No incluye          |
|  | Plan publicitario y promocional                                      | Alto             |              | \$ 750              |
| <b>TOTAL EJE #3</b>  |  |                  |              | <b>\$ 750</b>       |
| <b>EJE ESTRATÉGICO # 4:</b><br>Diseño económico y financiero     |  |                  |              |                     |
| <b>Estudio económico</b>   | Determinación de los costos y gastos de la actividad                 | Alto             | 2 semanas    | \$ 16.562,89        |
|  | Determinación del precio de venta                                    | Alto             |              | No incluye          |
|  | Realización de proyecciones  | Alto             | 1 semana     | No incluye          |
| <b>Estudio financiero</b>  | Análisis de indicadores  | Alto             |              | No incluye          |
| <b>TOTAL EJE #4</b>  |  |                  |              | <b>\$ 16.562,89</b> |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

### 3.8. RESPONSABLES DEL PROYECTO

Una vez culminado el proceso de investigación y de acreditación de conocimientos, que permitan al investigador obtener su título de ingeniero en Gestión y Desarrollo Turístico; el proyecto será entregado al presidente del cabildo comunal en vigencia quien en conjunto a su equipo de trabajo deberá gestionar los fondos en las instituciones convenidas para la ejecución de la obra, que sin duda repercutirá en bienestar de la población y en especial a quienes viven del turismo.

### 3.9. PRESUPUESTO GENERAL DEL PROYECTO

| <b>PRESUPUESTO GENERAL DEL DISEÑO DE UN SENDERO PARA EL AVISTAMIENTO DE AVES MARINAS EN EL SECTOR LA BOQUITA DE LA COMUNA VALDIVIA</b> |                          |
|--|--------------------------|
| <b>EJE ESTRATÉGICO</b>   | <b>TOTAL PRESUPUESTO</b> |
| Diseño del sendero   | \$ 79.592                |
| Diseño del modelo de gestión   | \$ 47.173,20             |
| Diseño promocional y publicitario  | \$ 750                   |
| Diseño económico y financiero  | \$ 16.562,89             |
| <b>PRESUPUESTO DEL PROYECTO</b>  | <b>\$ 144078,09</b>      |

Elaborado por: Rodríguez, G. (2015)

## CONCLUSIONES

- El diagnóstico turístico de la comuna Valdivia, denota un gran potencial en atractivos de gran belleza natural y de importante contenido histórico patrimonial, únicos en la zona norte de la provincia de Santa Elena pero que requieren de procesos serios de turistización.
- El diseño de productos ecoturísticos, como los senderos requieren de procesos integrales de planificación para identificar a los materiales, equipos, muebles acordes al medioambiente y a la necesidad de los turistas.
- Alcanzar un proceso de transformación sostenible requiere de un esfuerzo constante por mejorar los parámetros de gestión establecidos, enfocados preferentemente en la conservación del entorno por encima de los réditos económicos que puedan obtenerse.
- Las encuestas realizadas a turistas muestran un crecimiento del ecoturismo, con cierta preferencia en la actividad del senderismo. Este comportamiento en el mercado debe ser atendido a través de productos y servicios, que deben darse a conocer a través de una marca que los identifique y los ubique en una buena posición en el mercado.
- El sistema de manejo comunitario es una oportunidad de surgimiento para los pueblos pero que requiere de una organización seria y de un compromiso férreo por parte de quienes conforman la comunidad, generándose un dinamismo y cadena de valor en cada proceso que es destinado al turista.
- Un sendero para el avistamiento de aves marinas es un ecoproducto que genera conocimiento para la comunidad y que da valor a la biodiversidad existente en los ecosistemas cercanos a las costas del país.

## RECOMENDACIONES

- Sugiero a todas las unidades de desarrollo turístico (Mintur, Emuturismo y afines), que destinen fondos para realizar propuestas que desarrollen a esta comunidad y sus tantos atractivos que a lo largo del tiempo han permanecido en el abandono.
- El sendero debe ser señalizado de acuerdo a lo establecido en el proyecto, de manera que el turista pueda gozar del recurso, generándole mínimo impacto al ambiente. Para ello el senderismo interpretativo debe basar su accionar en la ética y cuidado ambiental, respetando los valores establecidos en la capacidad de carga y evitando acciones que destruyan al atractivo.
- El grupo responsable del proyecto debe realizar una gestión ardua para lograr los fondos necesarios para la obra. Ya en tiempos de producción del servicio, la gerencia debe basar su accionar en los 4 principios administrativos con el fin de trazar objetivos y cumplirlos.
- Se deben poner en práctica las estrategias de gestión de marca establecidas en este proyecto, y al mismo tiempo innovar acorde al comportamiento de las necesidades del mercado, a las fortalezas de la empresa que expende el servicio.
- Se recomienda aplicar el sistema administrativo de tipo comunitario con el fin de redistribuir los recursos para los pobladores locales, de manera que se generen obras en pro del sector turístico y de la comunidad en general.
- El conocimiento generado a través del estudio ambiental debe ser compartido con la comunidad a través de ferias o cursos de cuidado ambiental.

## BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Pública de noticias del Ecuador y Sudamérica. (12 de Enero de 2015). Ecuador prevé recibir más de 1,6 millones de turistas en 2015.
- Andino, P. (2005). *El proyecto de Grado (teorías y gráficos)*. Quito: P.H. Ediciones.
- Ángel, B. (14 de Abril de 2015). Museo El Ángel. (G. Rodríguez, Entrevistador)
- Ángel, J. (13 de Abril de 2015). Museo Las Calaberas. (G. Rodríguez, Entrevistador)
- Asociación Internacional de Ciclismo de Montaña. (2004). *Manual para la modificación de senderos interpretativos en ecoturismo*. México, Oaxaca, México.
- Behar, D. (2008). *Metodología de la investigación*. Shalom.
- Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas.
- Canavos, G. (1988). *Probabilidad y Estadística, Aplicaciones y Métodos*. México D.F.: Mc Graw Hill.
- Catuto, M. (2014). *"Propuesta de señalización del sendero turístico" en la comunidad de Olón, Parroquia Manglaralto, Cantón Santa Elena, Provincia Santa Elena, Año 2014*. La Libertad: UPSE.
- Ceballos-Lacuráin, H. (1998). *Ecoturismo, Naturaleza y Desarrollo Sostenible*. México: Edit. Diana.
- Centro de investigación y planificación para el medio ambiente. (Enero de 2004). *Manual de Senderos y Uso Público*. Valdivia, Chile: CIPMA.
- Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la teoría general de la administración*. México: Mc GrawHill.
- Cifuentes, M. (1999). *Capacidad de carga de las áreas de uso público*. Costa Rica.
- Comuna Valdivia. (2000). *Historia de la Comuna Valdivia*. Santa Elena: Cabildo comunal.
- De la Rosa, E. (2014). *Tesis: Plan de Desarrollo Turístico Comunitario Engunga*. La Libertad: UPSE.
- Drumm, A., & Moore, A. (2002). *Introducción a la planificación del ecoturismo*. Arlington - USA: The Nature Conservancy.
- Empresa Municipal de Turismo. (2015). *Diagnóstico situacional de la comuna Valdivia*. Santa Elena: EMUTURISMO.



- Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada. (30 de Junio de 1997). *Manual de Senderismo*. España.
- Fernández, A., De Ceballos, B., Carmona, J., & Maynar, M. (2007). *El turismo ornitológico en España como modalidad emergente*. Papers de turisme.
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Manglaralto. (2011). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2011 - 2016*. Santa Elena: Fundación Santiago de Guayaquil.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Resultados del censo*. Quito: INEC.
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador. (1997). *Declaratoria de Patrimonio Cultural Nacional del sitio arqueológico Valdivia*. Quito: INPC.
- Lechner, L. (2004). *Planificación, Construcción y Mantenimiento de Senderos en Áreas Protegidas*. Colorado, USA: Red Ross Press.
- Leiva, F. (1988). *Nociones de metodología de investigación científica*. Quito: Gráficas modernas.
- Melendo, J., Arbonés, N., Cancero, L., Maza, P., & Lampre, F. (2002). *Manual de técnicas de montaña e interpretación de la naturaleza*. Barcelona: PAIDOTRIBO.
- Ministerio de Ambiente Ecuador (MAE). (2014). *Ley de Gestión Ambiental*. LEXIS.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2010). *Manual de señalización turística*. Quito: MINTUR.
- Ministerio de Turismo Ecuador. (2004). *Metodología para el levantamiento de inventarios turísticos*. Quito: MINTUR.
- Ministerio de Turismo. (s.f.). *Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador (PLANDETUR 2020)*. Cooperación Técnica BID.
- Nieva, Á., & Salinas, N. (1995). *Ordenamiento Ecológico en Zonas Turísticas Costeras*. Oaxaca - México: Escuelas Superior de Turismo I.P.N. México.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2005-2014). *Educación para el Desarrollo Sostenible EDS*. UNESCO.
- Organización Mundial de Turismo. (1995). Carta de turismo sostenible. *Conferencia mundial de turismo sostenible* (pág. 4). Lanzarote, Islas Canarias, España: OMT.
- Orgaz, F., & Castellanos, M. (2013). Conceptualización y consideraciones en torno al ecoturismo. *Eumed.net*, 4.

- Peña, G., Mendoza, I., & De la Rosa, A. (2011). *Centro de Interpretación Cultural en la comuna Valdivia*. Guayas: ESPOL.
- PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL MEDIOAMBIENTE. (2005). *BUENAS PRÁCTICAS PARA EL TURISMO SOSTENIBLE*. REINFOREST ALLIANCE.
- Ramirez, J. (10 de Abril de 2015). Cesiones de trabajo. (G. Rodríguez, Entrevistador)
- Santander, T., Freile, J., & Loor-Vela, S. (2005). *Áreas importantes para la conservación de aves América - Ecuador*. Quito: IBAs.
- Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P., & Elbert, R. (2005). *Manual de metodología*. Buenos Aires: CLACSO.
- Secretaría de Desarrollo Turístico de Argentina. (2010). *Desarrollo del producto turístico Observación de aves en Mar Chiquita*. Balnearia, La Para, Marull y Miramar: PROFODE.
- Secretaría de Turismo México. (2004). *Guía para el diseño y operación de senderos interpretativos*. México D.F.: SECTUR.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2009). *Plan Nacional para el Buen Vivir (2009 - 2013)*. Quito: SENPLADES.
- Serrano, S. (12 de Enero de 2015). Agencia Pública de noticias del Ecuador y Sudamérica. *Ecuador prevé recibir más de 1,6 millones de turistas en 2015*, pág. [www.andes.com](http://www.andes.com).
- UPSE - Vinculación con la colectividad. (2013). *Monitoreo de aves marino costeras en el estuario La Boquita de la comuna Valdivia*. Santa Elena: UPSE.

# ANEXOS

## ANEXO # 1: MODELO DE LAS ENCUESTAS A TURISTAS



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**  
**GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**ENCUESTA TURISTAS**

CÓDIGO: ENCTUR\_\_\_\_\_

**Objetivo:** Determinar el grado de aceptación e interés de los turistas en el Diseño de un sendero para el avistamiento de aves en el sector La Boquita de la comuna Valdivia, como estrategia de desarrollo sostenible a partir del año 2015.

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| <b>NACIONALIDAD</b>         |  |
| <b>LUGAR DE PROCEDENCIA</b> |  |

### MARQUE CON UNA X

|                               |                        |                                  |
|-------------------------------|------------------------|----------------------------------|
| <b>Sexo:</b>                  | Masculino (____)       | Femenino (____)                  |
| <b>Estado civil:</b>          | Soltero(a) (____)      | <b>Edad:</b> 18 – 30 años (____) |
|                               | Casado(a) (____)       | 31 – 43 años (____)              |
|                               | Divorciado(a) (____)   | 44 – 60 años (____)              |
|                               | Viudo(a) (____)        | 60 en adelante (____)            |
|                               | Unión de hechos (____) |                                  |
| <b>Instrucción educativa:</b> | Postgrado (____)       |                                  |
|                               | Superior (____)        |                                  |
|                               | Secundaria (____)      |                                  |
|                               | Primaria (____)        |                                  |
|                               | Ninguna (____)         |                                  |

**1. ¿Cuál es su principal motivación de viaje hacia las comunidades de la Provincia de Santa Elena?**

- Vacaciones, recreo y ocio (\_\_\_\_)
- Visita a familiares y/o amigos (\_\_\_\_)
- Negocios (\_\_\_\_)
- Educación y formación (\_\_\_\_)
- Otro (especifique): \_\_\_\_\_

**2. ¿Qué tipo de actividades turísticas realiza ud. durante sus viajes en las comunidades de la provincia de Santa Elena?**

- Turismo cultural y patrimonial (\_\_\_\_)
- Ecoturismo (\_\_\_\_)
- Sol y Playa (\_\_\_\_)
- Turismo de deportes y aventura (\_\_\_\_)
- Turismo de salud (\_\_\_\_)
- Turismo comunitario (\_\_\_\_)
- Otro: \_\_\_\_\_

**3. ¿Normalmente, cómo organiza sus viajes de turismo?**

- Con Amigos (\_\_\_\_)  
Con familia (\_\_\_\_)  
Independiente (\_\_\_\_)  
Por tur operadores (\_\_\_\_)  
Otro (especifique): \_\_\_\_\_

**4. ¿Conoce usted o tiene referencia de la comuna Valdivia?**

- Si (\_\_\_\_) No (\_\_\_\_)

EN CASO DE LA RESPUESTA A LA PREGUNTA CUATRO SEA “NEGATIVA”  
PASAR A LA PREGUNTA # SEIS

**5. ¿Con que frecuencia visita la localidad?**

- Una vez al año (\_\_\_\_)  
Cada mes (\_\_\_\_)  
Los fines de semana (\_\_\_\_)  
Nunca (\_\_\_\_)

**6. ¿Le gustaría conocer el sendero el estuario de la comunidad, para observar las aves playeras que allí se encuentran?**

- Si (\_\_\_\_) No (\_\_\_\_)

**7. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a participar en recorridos por el sendero?**

- Menos de 1 hora (\_\_\_\_)  
De 1 a 2 horas (\_\_\_\_)  
De 1 a 3 horas (\_\_\_\_)

**8. ¿Qué tipos de servicios turísticos le gustaría que existan dentro del sendero?**

- Área de camping (\_\_\_\_)  
Centro de información e interpretación (\_\_\_\_)  
Tienda de souvenirs (\_\_\_\_)  
Otro: \_\_\_\_\_

**9. ¿Cuáles de los atractivos turísticos le gustaría que se oferten además del recorrido por el sendero y el estuario?**

- Playa (\_\_\_\_) Museos (\_\_\_\_)  
Parque marino (\_\_\_\_) Plazoleta (\_\_\_\_)  
Mirador natural (\_\_\_\_)  
Otro: \_\_\_\_\_

**10. ¿Cómo le gustaría realizar la contratación de los servicios que ofrece el sendero?**

- Compra directa (\_\_\_\_)  
Tur Operadora (\_\_\_\_)  
Online (\_\_\_\_)  
Vía telefónica (\_\_\_\_)

**¡¡Gracias por su colaboración!! Muy amable**

## ANEXO # 2: Modelo de encuestas a pobladores locales



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO  
GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

ENCUESTA POBLACIÓN LOCAL

CÓDIGO: ENCPOLO\_\_\_\_\_

**Objetivo:** Determinar el grado de aceptación e interés de los pobladores respecto al diseño de un sendero para el avistamiento de aves en el sector La Boquita de la comuna Valdivia, como estrategia de desarrollo sostenible a partir del año 2015.

### MARQUE CON UNA X

**Sexo:** Masculino (\_\_\_\_) Femenino (\_\_\_\_)

**Estado civil:** Soltero(a) (\_\_\_\_) **Edad:** 18 – 30 años (\_\_\_\_)  
Casado(a) (\_\_\_\_) 31 – 45 años (\_\_\_\_)  
Divorciado(a) (\_\_\_\_) 46 – 60 años (\_\_\_\_)  
Viudo(a) (\_\_\_\_) 60 en adelante (\_\_\_\_)

### Tiempo de residencia en la comunidad:

0 a 1 año (\_\_\_\_)  
1 - 5 años (\_\_\_\_)  
5 – 10 años (\_\_\_\_)  
Toda la vida (\_\_\_\_)

### Nivel de instrucción:

Primaria (\_\_\_\_)  
Secundaria (\_\_\_\_)  
Superior (\_\_\_\_)  
Postgrado (\_\_\_\_)  
Sin instrucción (\_\_\_\_)

### 1.- ¿Conoce usted el sector la Boquita?

Si (\_\_\_\_)  
No (\_\_\_\_)

### 2.- ¿Conoce usted los especies de aves que se encuentran en el estuario La Boquita?

Si (\_\_\_\_) No (\_\_\_\_)

### 3.- ¿Estaría de acuerdo que se diseñe un sendero para el avistamiento de aves playeras en el sector La Boquita?

Si (\_\_\_\_) No (\_\_\_\_)

### 4. ¿Le gustaría que el sendero difunda otros sitios de interés turístico de la comunidad?

Si (\_\_\_\_) No (\_\_\_\_)

### 5. ¿Cuáles de los atractivos turísticos piensa ud. que se deberían difundir en combinación con el sendero?

Playa (\_\_\_\_) Museos (\_\_\_\_)

Parque marino (\_\_\_\_) Plazoleta (\_\_\_\_)  
Mirador natural (\_\_\_\_) Iglesia (\_\_\_\_)  
Estuario (\_\_\_\_) Tradiciones/costumbres (\_\_\_\_)  
Otro: \_\_\_\_\_

**6.- ¿Considera usted necesaria que se incluya dentro del proyecto programas de educación ambiental y servicio al cliente?**

Si (\_\_\_\_)  
No (\_\_\_\_)

**7.- ¿Sería partícipe en la planificación, diseño y construcción del sendero?**

Si (\_\_\_\_)  
No (\_\_\_\_)

**8. ¿De qué manera sería partícipe?**

Dando a conocer a los turistas la existencia del sendero (\_\_\_\_)  
Colaborando en su implementación y construcción (\_\_\_\_)  
Asistiría a las capacitaciones (\_\_\_\_)  
Como guía nativo (\_\_\_\_)  
Otro (especifique): \_\_\_\_\_

**¡¡Gracias por su colaboración!! Muy amable**

### ANEXO # 3: MODELO DE ENTREVISTAS



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO  
GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

#### ENTREVISTA (AUTORIDADES LOCALES)

**Objetivo:** Determinar el grado de aceptación e interés de las principales autoridades que rigen la actividad turística en la provincia y comunidad, respecto al diseño de un sendero para el avistamiento de aves en el sector La Boquita de la comuna Valdivia, como estrategia de desarrollo sostenible a partir del año 2015.

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>ESTABLECIMIENTO:</b> |  |
| <b>ENTREVISTADO:</b>    |  |
| <b>CARGO:</b>           |  |
| <b>FECHA:</b>           |  |

**Preg.1:** ¿Conoce usted la diversidad de atractivos turísticos que existen en la comuna Valdivia?

**Preg.2:** ¿Considera ud. que el estuario La Boquita de la comuna Valdivia debería considerarse como un atractivo turístico del sector por la diversidad de aves existentes?

**Preg.3:** ¿Qué proyectos existen actualmente en beneficio del sector La Boquita de la comuna Valdivia?

**Preg.4:** ¿Considera usted, que se diseñe un sendero para el avistamiento de aves playeras en el manglar de la comunidad?

**Preg. 5:** ¿Considera ud. conveniente que el sendero muestre otros atractivos turísticos además del manglar?

**Preg.6:** ¿Qué programas existen actualmente en relación a la conservación de los senderos?

**Preg.7:** ¿De qué manera aportaría usted o institución a la que pertenece, al diseño de un sendero para el avistamiento de aves en el sector La Boquita de la comuna Valdivia?

**¡¡Gracias por su colaboración!! ... Muy amable**



## **ANEXO #4 LEVANTAMIENTO TOPOGRÁFICO**



**Medio de transporte**



**Levantamiento topográfico**



**Oficial de medición 1**



**Oficial de medición 2**

**ANEXO # 5: ENTREVISTA EN LA CASA DE DON MIGUEL YAGUAL**



**ANEXO # 6: ENTREVISTA AL PRESIDENTE DEL COMITÉ DE  
TURISMO (VALDITURISMO)**



**ANEXO #7: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE (SENDERO)**

| DEFINICIÓN  | DIMENSIONES                             | INDICADORES                                     | ATRIBUTO QUE MIDE  | UNIDAD DE MEDIDA                               | PROCESO DE MEDICIÓN                         | PREGUNTAS  | INSTRUMENTO                       |
|---|---|---|--|--|---|--|-----------------------------------|
| Es un espacio para el desarrollo de caminatas guiadas o autoguiadas, donde su principal contenido es avistar las aves presentes en el lugar | CONSERVACIÓN DE ESPECIES                | Especies existentes                             | población de aves  | numero de aves                                 | censo de aves                               | ¿Cuántas especies de aves existen?   | Entrevista - Censo de aves        |
|   |   | Taxonomía                                       | clasificación de las bandadas de aves                                  | grupos de aves                                 | censo de aves                               | ¿Cuántas especies de aves diferentes existen?  | Entrevista - Censo de aves        |
|   |   | Alimentación                                    | tipo de alimentos  | todos los tipos de alimentos                   | Observación directa                         | ¿Cuál es el tipo de alimentos por especies?  | Entrevista - Ficha de Observación |
|   | DISEÑO DE PRODUCTO TURÍSTICO            | Grado de aceptación del sendero                 | % De personas interesadas en el nuevo producto                         | Número de personas interesadas                 | tabulación y análisis de datos estadísticos | ¿Le gustaría que existiera un nuevo producto turístico en la comunidad?                              | encuesta                          |
|   | RECONOCIMIENTO E IMAGEN DE LA COMUNIDAD | Grado de satisfacción de los productos actuales | % de demanda satisfecha e insatisfecha                                 | Calificación de la experiencia en la comunidad | tabulación y análisis de datos estadísticos | ¿Cómo calificaría su experiencia en la comunidad? ¿Qué le parecen los actuales productos turísticos? | encuesta                          |
|   | ESTADO ACTUAL DEL ATRACTIVO             | Diagnóstico de la situación actual              | categorización de los atractivos                                       | Número de atractivos                           | trabajo de campo                            | ¿Cuál es el estado actual de los atractivos?   | fichas de inventario              |
|   | MARKETING MIX                           | Producto  | % de personas que emiten sus ideas para la elaboración del PT          | características potenciales del nuevo Sendero  | tabulación y análisis de datos              | ¿Qué tipo de materiales sugiere ud. para la adecuación de los senderos?                              | encuesta                          |
|   |   | Precio  | % ideas acerca del precio ideal  | Precio promedio estimado                       | tabulación y análisis de datos              | ¿Cuánto estaría Ud. dispuesto a pagar por los servicios del nuevo sendero?                           | encuesta                          |
|   |   | Plaza   | % de ideas sobre la ubicación estratégica de la empresa a establecerse | emplazamiento en el lugar propuesto            | tabulación y análisis de datos estadísticos | ¿en qué parte de la comunidad, le gustaría que se encuentre el centro de interpretación?             | encuesta                          |
|   |   | Promoción                                       | % de ideas sobre el canal de promoción ideal                           | canal de promoción a elegir                    | tabulación y análisis de datos              | ¿A través de qué medios le gustaría recibir promociones acerca del nuevo sendero?                    | encuesta                          |
|   | DIFERENCIACIÓN Y POSICIONAMIENTO        | servicios adicionales                           | % de respuestas acerca de los servicios incluidos al sendero           | servicios adicionales elegidos                 | tabulación y análisis de datos              | ¿Qué servicios adicionales le gustaría que contenga el nuevo sendero?                                | encuesta                          |
|   | MERCADO                                 | Target (mercado meta)                           | % de turistas por segmentos  | segmento de mercado específico                 | tabulación y análisis de datos estadísticos | edad, género, estatus social, profesión, nivel de ingresos, estado civil, frecuencia de viaje        | encuesta                          |

### ANEXO #8 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE (DESARROLLO SOSTENIBLE)

| DEFINICIÓN  | DIMENSIONES | INDICADORES                           | ATRIBUTO QUE MIDE   | UNIDAD DE MEDIDA   | PROCESO DE MEDICIÓN                              | PREGUNTAS   | INSTRUM.                              |
|---|-------------|---------------------------------------|---|--|--|---|---------------------------------------|
| Progreso programado con el fin de generar beneficios para pobladores actuales, sin que esto, afecte el aprovechamiento de las nuevas generaciones | Social      | Servidores turísticos                 | Negocios turísticos   | Número de trabajadores de turismo                          |  |   |                                       |
|   |             | aceptación del proyecto               | Grado de interés respecto al tema por parte de los pobladores | % de aceptación, negación e indiferencia                   | desarrollo del cuestionario a pobladores         | ¿le gustaría participar en las actividades que el proyecto proponga?                              | encuesta                              |
|   |             | Grado de conocimiento de la población | reconocimiento del sector y la temática                       | número de personas que reconocen el sector y su potencial  | desarrollo del cuestionario a pobladores         | ¿Conoce usted la boquita?<br>¿Sabía que existen aves en el sector? ¿Conoce el nombre de las aves? | encuesta                              |
|   | Económica   | Negocios Turísticos                   | Número de emprendimientos turísticos                          | % de establecimientos según su tipo                        | Realización de un censo de servidores turísticos | ¿Cuántos establecimientos turísticos se puede hallar en la comunidad? ¿De qué tipo?               | entrevista                            |
|   | Ambiental   | conservación del recurso              | principios de sostenibilidad                                  | Determinación de principios de desarrollo sostenible       | análisis de resultados obtenidos                 | ¿En qué principios de sostenibilidad están basados los proyectos turísticos?                      | entrevistas                           |
|   |             | plan de manejo de recursos            | planes actuales   | numero de organismos involucrados en el desarrollo comunal | análisis de resultados obtenidos                 | ¿Cuáles son los planes actuales de manejo de los recursos turísticos de la comunidad?             | entrevistas                           |
|   |             | entidades pertinentes                 | Organismos del sector público y privado de apoyo              | Número de entes involucrados                               | Recolección de información primaria              | ¿Cuáles son las entidades públicas o privadas que apoyarían el proyecto?                          | entrevista-información de laboratorio |

## ANEXO #9: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS A TURISTAS

Tabla #1: Nacionalidad del visitante

| VALORACIÓN         | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------|------------|------------|
| <b>Ecuatoriana</b> | 154        | 72%        |
| <b>Colombiana</b>  | 32         | 15%        |
| <b>Peruana</b>     | 17         | 8%         |
| <b>Alemana</b>     | 6          | 3%         |
| <b>Americana</b>   | 2          | 1%         |
| <b>Argentina</b>   | 2          | 1%         |

Tabla #2: Lugar de procedencia

| VALORACIÓN   | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| Guayaquil    | 116        | 30%        |
| La Libertad  | 39         | 10%        |
| Quito        | 30         | 8%         |
| Cuenca       | 22         | 6%         |
| Riobamba     | 8          | 2%         |
| Machala      | 25         | 7%         |
| Loja         | 14         | 4%         |
| Santa Elena  | 22         | 6%         |
| Piura        | 15         | 4%         |
| Lima         | 16         | 4%         |
| Cali         | 12         | 3%         |
| Barranquilla | 17         | 4%         |
| Manizales    | 29         | 8%         |
| New York     | 6          | 2%         |
| New Yérsey   | 6          | 2%         |
| Berlín       | 2          | 1%         |
| Múnich       | 2          | 1%         |
| La Plata     | 3          | 1%         |

Tabla #3: Nacionalidad y Procedencia

|             | ECUADOR | PERUANA | COLOMBIANA | ALEMANA | AMERICANA | ARGENTINA |
|-------------|---------|---------|------------|---------|-----------|-----------|
| Guayaquil   | 116     |         |            |         |           |           |
| La Libertad | 39      |         |            |         |           |           |
| Quito       | 30      |         |            |         |           |           |
| Cuenca      | 22      |         |            |         |           |           |
| Riobamba    | 8       |         |            |         |           |           |
| Machala     | 25      |         |            |         |           |           |
| Loja        | 14      |         |            |         |           |           |
| Santa Elena | 22      |         |            |         |           |           |
| Piura       |         | 15      |            |         |           |           |

|              |  |    |    |   |   |   |
|--------------|--|----|----|---|---|---|
| Lima         |  | 16 |    |   |   |   |
| Cali         |  |    | 12 |   |   |   |
| Barranquilla |  |    | 17 |   |   |   |
| Manizales    |  |    | 29 |   |   |   |
| New York     |  |    |    |   | 6 |   |
| New Yersey   |  |    |    |   | 6 |   |
| Berlin       |  |    |    | 2 |   |   |
| Munich       |  |    |    | 2 |   |   |
| La Plata     |  |    |    |   |   | 3 |

Tabla #4: Nivel de estudios los turistas

| VALORACIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------|------------|------------|
| Postgrado  | 58         | 15%        |
| Superior   | 173        | 45%        |
| Secundaria | 108        | 28%        |
| Primaria   | 27         | 7%         |
| Ninguna    | 19         | 5%         |

Tabla #5: Sexo de los turistas

| VALORACIÓN       | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------|------------|------------|
| <b>Masculino</b> | 211        | 55%        |
| <b>Femenino</b>  | 173        | 45%        |

Tabla #6: Sexo y nivel de estudios

|           | Postgrado | Superior | Secundaria | Primaria | Ninguna |
|-----------|-----------|----------|------------|----------|---------|
| Masculino | 18        | 53       | 33         | 8        | 6       |
| Femenino  | 14        | 43       | 27         | 7        | 5       |
| Total     | 32        | 96       | 60         | 15       | 11      |

Tabla #7: Sexo y nivel de estudios

| ESTADO CIVIL       | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------|------------|------------|
| Soltero (a)        | 64         | 30%        |
| Casado (a)         | 60         | 28%        |
| Divorciado (a)     | 39         | 18%        |
| Viudo (a)          | 15         | 7%         |
| En unión de hechos | 36         | 17%        |

Tabla #8: edad

| VALORACIÓN        | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------|------------|------------|
| De 18 a 30 años   | 150        | 70%        |
| De 31 a 45 años   | 32         | 15%        |
| De 46 a 60 años   | 21         | 10%        |
| De 60 en adelante | 11         | 5%         |

Tabla #9: motivo de viaje

| VALORACIÓN                   | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------------------|------------|------------|
| Vacaciones, recreo y ocio    | 116        | 54%        |
| Visita a familiares o amigos | 58         | 27%        |
| Negocios                     | 32         | 15%        |
| Educación y formación        | 9          | 4%         |

Tabla #10: Actividades turísticas

| VALORACIÓN                | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---------------------------|------------|------------|
| T. Cultural y patrimonial | 11         | 5%         |
| Ecoturismo                | 56         | 26%        |
| T. de sol y playa         | 75         | 35%        |
| T. de deportes            | 39         | 18%        |
| T. de salud               | 6          | 3%         |
| T. Comunitario            | 19         | 9%         |
| Otro: T. Voluntario       | 9          | 4%         |

Tabla #11: Organización de viaje

| VALORACIÓN                    | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------------------|------------|------------|
| Con Amigos                    | 54         | 25%        |
| Con Familia                   | 43         | 20%        |
| Independiente                 | 92         | 43%        |
| Tur Operadoras                | 17         | 8%         |
| Otro: Agencias de intercambio | 9          | 4%         |

Tabla #12: Organización de viaje

| VALORACIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------|------------|------------|
| Si         | 193        | 90%        |
| No         | 21         | 10%        |

Tabla #13: Frecuencia de visita

| VALORACIÓN      | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------|------------|------------|
| 1 vez al año    | 88         | 41%        |
| Cada mes        | 56         | 26%        |
| Fines de semana | 49         | 23%        |
| Nunca           | 21         | 10%        |

Tabla #14: Le gustaría conocer el manglar

| VALORACIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------|------------|------------|
| Si         | 210        | 98%        |
| No         | 4          | 2%         |

Tabla #15: tiempo de recorrido por el sendero

| VALORACIÓN      | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------|------------|------------|
| Menos de 1 hora | 79         | 37%        |
| De 1 a 2 horas  | 109        | 51%        |
| De 2 a 3 horas  | 26         | 12%        |

Tabla #16: tipo de servicio

| VALORACIÓN                             | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--|------------|------------|
| Área de camping                        | 75         | 35%        |
| Centro de información e interpretación | 101        | 47%        |
| Tienda de souvenirs                    | 26         | 12%        |
| Otro (alimentación - pic nic)          | 13         | 6%         |

Tabla #17: otros atractivos

| VALORACIÓN      | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------|------------|------------|
| Playa           | 47         | 22%        |
| Parque marino   | 83         | 39%        |
| Mirador Natural | 2          | 1%         |
| Plazoleta       | 60         | 28%        |
| Museos          | 21         | 10%        |

Tabla #17: medios de contacto

| VALORACIÓN     | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|----------------|------------|------------|
| Compra directa | 148        | 69%        |
| Tur operadora  | 11         | 5%         |
| Vía Online     | 39         | 18%        |
| Vía telefónica | 17         | 8%         |



## ANEXO #10: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS A LA POBLACIÓN

TABLA 19: sexo y estado civil

|           | Soltero (a) | Casado (a) | Divorciado | Viudo |
|-----------|-------------|------------|------------|-------|
| MASCULINO | 78          | 68         | 29         | 19    |
| FEMENINO  | 19          | 17         | 7          | 5     |

TABLA 20. Edad y conocimiento del sector La Boquita

|                   | SI | NO |
|-------------------|----|----|
| De 18 a 30 años   | 82 | 3  |
| De 31 a 45 años   | 35 | 1  |
| De 46 a 60 años   | 59 | 2  |
| De 60 en adelante | 59 | 2  |

TABLA 21. Conocimiento de las aves y aceptación del sendero

| AVES Y ACEPTACIÓN | SI  | NO |
|-------------------|-----|----|
| SI                | 36  | 0  |
| NO                | 204 | 2  |

TABLA 22: Asociación con otros atractivos

| Q ATRACTIVOS            | ESTÁ DE ACUERDO |    |
|-------------------------|-----------------|----|
|                         | 95%             | 5% |
|                         | SI              | NO |
| Playa                   | 85              | 4  |
| Parque Marino           | 69              | 4  |
| Mirador natural         | 30              | 2  |
| Estuario                | 18              | 1  |
| Museos                  | 9               | 0  |
| Plazoleta               | 9               | 0  |
| Iglesia                 | 7               | 0  |
| Tradiciones /costumbres | 2               | 0  |

TABLA 23: CAPACITACIONES

| VALORACIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------|------------|------------|
| Si         | 207        | 85%        |
| No         | 36         | 15%        |

TABLA 24: POSIBLE COLABORADORES

| DE Q FORMA                       | SERIA PARTICIPE |     |
|----------------------------------|-----------------|-----|
|                                  | 85%             | 15% |
|                                  | SI              | NO  |
| Dando a conocer el sendero       | 120             | 21  |
| Colaborando en su implementación | 19              | 3   |
| Asistiendo a capacitaciones      | 37              | 7   |
| Como guía nativo                 | 31              | 5   |

## ANEXO #11: INVENTARIO DE ATRACTIVOS

|                        |                             |
|------------------------|-----------------------------|
| <b>ATRACTIVO N° 1:</b> | Playa de la Comuna Valdivia |
| <b>Categoría:</b>      | Sitios Naturales            |
| <b>Tipo:</b>           | Costas y litorales          |
| <b>Subtipo:</b>        | Playas                      |

**Datos generales:** Es el atractivo turístico más extenso de la comunidad, actualmente no se le ha designado un nombre, puesto solo es conocida como Playa de la comuna Valdivia. Este atractivo se encuentra dentro de la Categoría III, Sitios naturales, tipo costas y litorales, subtipo playas.

**a. Ubicación geográfica:** Esta localizado a pocos metros de la vía principal, correspondiente a la comuna Valdivia, de la parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena, y Provincia de Santa Elena.

**b. Centros urbanos cercanos:** El lugar se encuentra cerca de la comunidad, a escasos 200 metros de la calle Mariano Merchán perteneciente a la comuna Valdivia. Es necesario destacar que, el atractivo se encuentra delimitado por las playas de las comunidades San Pedro y Libertador Bolívar.

**c. Características del atractivo:**

- **Valor intrínseco:** Tiene una temperatura que va de 12 a 24° C. De la extensión total de la playa que son aproximadamente 11km, solo 4 km es turístico, puesto desde las cabañas comedor hasta los linderos con la playa de la Comuna vecina San Pedro, es la zona de mayor concentración turística.
- **Valor extrínseco:** En el lugar se organizan periódicamente eventos de diversa índole, integrando al turista, mismos que son organizados por el grupo ecológico, personal de acuario, comité de turismo, ministerio de turismo, ministerio de ambiente, entre otras. También dentro del atractivo existen 4 cabañas comedor, sin embargo para la cantidad afluente de turistas en temporada alta, es insuficiente, también carece de parqueadero. La empresa municipal de turismo aporta con un salvavidas, quien presta seguridad a los turistas.

**d. Estado de conservación del atractivo:** La playa presenta arena blanca, con poca presencia de basura, lo que quiere decir que, es una playa limpia, esto es efecto del trabajo que realiza el comité de turismo local, y ocasionalmente el ministerio de ambiente organiza mingas de limpieza, en conjunto con las instituciones educativas radicadas en el territorio.

**e. Estado de conservación del entorno:** Las calles vecinas al atractivo se encuentran adoquinadas, mientras que cerca del balneario existe un pequeño malecón, mismo que está asfaltado, dando una imagen agradable al paisaje.

**f. Infraestructura vial y de acceso:** Cuenta con vías en excelente estado y las cooperativas de transporte realizan sus rutas a partir de las 03:30 am hasta las 11:00 pm. Por esta razón se puede afirmar que el atractivo tiene un fácil acceso.

**g. Infraestructura básica:** Los servicios básicos que se pueden evidenciar en el lugar son: agua potable, que es prestada por la empresa Agua Peninsular y energía eléctrica cuyo proveedor es la Corporación Nacional de Electricidad. El lugar carece de baterías sanitarias, sin embargo los dueños de las cabañas, prestan el baño de su local.

**h. Asociación con otros atractivos:** El acuario, el malecón, y plazoleta se vinculan a la playa por su cercanía, haciendo agradable la experiencia del turista.

**i. Difusión del atractivo:** La playa de la comuna Valdivia, es una comunidad reconocida a nivel local, provincial y nacional. También pero en menos intensidad los turistas internacionales reconocen este lugar.

|                        |                         |
|------------------------|-------------------------|
| <b>ATRACTIVO N° 2:</b> | Cerro y mirador natural |
| <b>Categoría:</b>      | Sitios Naturales        |
| <b>Tipo:</b>           | Montañas                |
| <b>Subtipo:</b>        | Colinas                 |

**Datos generales:** Este atractivo carece de una denominación que le permita identificarse, actualmente solo se lo conoce como Cerro de la Comuna Valdivia, es un atractivo de la Categoría Sitios Naturales, tipo Montañas y Subtipo colinas.

**a. Ubicación geográfica:** La entrada al lugar se encuentra dentro del Barrio El Mirador de la comuna Valdivia, perteneciente a la parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena y Provincia de Santa Elena.

**b. Centros urbanos cercanos:** El sitio se encuentra cerca de la ciudadela El Mirador y Barrio La Tola, los centros poblados más cercanos son al norte con Sinchal y Barcelona, mientras que al sur con La Comuna Valdivia. También es poca la distancia existente desde este lugar hasta los principales destinos turísticos cercanos Montañita y Olón.

**c. Características del atractivo:**

- **Valor intrínseco:** Es el atractivo que más elevación sobre el nivel del mar presenta dentro de la comuna Valdivia, tiene una elevación aproximada de 220 m, cubierta por vegetación característica de los bosques secos tropicales, presenta una temperatura que va de 13 a 26° C. El principal valor del atractivo es la belleza paisajística que se puede divisar solamente en la cima, al que los pobladores lo denominan El Mirador.
- **Valor extrínseco:** En los alrededores existen chacras de los comuneros, que aún se dedican a la agricultura o ganadería, por lo que se la considera como un área productiva de importancia para la comunidad, el mirador carece de parqueadero, puesto que es un área que no se ha desarrollada.

**d. Estado de conservación del atractivo:** El cerro al ser un recurso natural y algo aislado de la población, se mantiene por sí solo. Se evidencia grandes espacios verdes que la cubren, por lo que se puede comentar que se encuentra en buen estado.

**e. Estado de conservación del entorno:** Los entornos inmediatos son la ciudadela El Mirador, lugar relativamente nuevo que luce de buena presencia por ser un lugar limpio, pero que carece de múltiples obras para alcanzar el buen vivir, tales como calles adoquinadas o ceras, también carecen de centros de recreación en familia como parques.

**f. Infraestructura vial y de acceso:** El acceso carece de complejidades, pudiéndose realizar el acceso a través de dos formas, con auto propio aunque carece de vías asfaltadas, y parqueadero adecuado.

**g. Infraestructura básica:** El centro poblado más cercano cuenta con los servicios básicos agua potable y energía eléctrica, pero carecen de alcantarillado sanitario.

**h. Asociación con otros atractivos:** Carece de asociación con otros atractivos, puesto a que las visitas de turistas es casi inexistente. Sin embargo se conecta con las actividades productivas ganadería y agricultura, actividad que atrae a persona que desean adquirir productos recién recolectados de las chacras.

**i. Difusión del atractivo:** Este atractivo es conocido únicamente por los moradores de la comunidad.

|                        |                     |
|------------------------|---------------------|
| <b>ATRACTIVO N° 3:</b> | Estuario La Boquita |
| <b>Categoría:</b>      | Sitios Naturales    |
| <b>Tipo:</b>           | Ambientes Lacustres |
| <b>Subtipo:</b>        | Estuario            |

**Datos generales:** Pertenece a la categoría sitios naturales, tipo ambientes lacustres, subtipo estuarios. Lleva el nombre de Estuario La Boquita, puesto que se encuentra a lado de la desembocadura del Río Valdivia.

**a. Ubicación geográfica:** Este atractivo se encuentra a 1 km del Parque Marino, de la comuna Valdivia, parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena y Provincia de Santa Elena.

**b. Centros urbanos cercanos:** existen tres centros poblados cercanos, la ciudadela Nueva Unión a tan solo 1 km de distancia, seguida del Barrio Virgen del Carmen perteneciente a la comunidad, a 2km. De la misma forma la comuna Libertador Bolívar se encuentra muy cerca del final del sendero.

**c. Características del atractivo:**

✚ **Valor intrínseco:** Cuenta con su encanto característico de los lagos de agua salobre, rodeada de árboles de manglar, convirtiéndose en el hábitat para muchas especies de aves y animales. Posee una temperatura promedio de 13 a 26° C. El Estuario presta condiciones para la práctica de canotaje, avistamiento de aves y senderismo.

✚ **Valor extrínseco:** A este lugar acuden los pescadores en faenas de pesca, para capturar los robalitos o lisas, también cangrejos y otras delicias que crían dentro de este hábitat.

**d. Estado de conservación del atractivo:** Se mantiene en buen estado, presentando una variada vegetación y fauna, que la hacen un lugar agradable..

**e. Estado de conservación del entorno:** el atractivo se encuentra rodeado de playa que se encuentra en un ambiente limpio ya que se aprecian pocos desechos sólidos en la arena.

**f. Infraestructura vial y de acceso:** La principal forma de acceso es la playa que se encuentra a 20 m aproximadamente de la vía principal, por lo que es fácil adentrarse en este lugar.

**g. Infraestructura básica:** por ser un atractivo ubicado en las afueras de la población carece de los servicios básicos como agua, alcantarillado y energía eléctrica.

**h. Asociación con otros atractivos:** el atractivo se encuentra vinculado con el parque marino y el camino utilizado por los pescadores de redes manuales o atarrayas.

**i. Difusión del atractivo:** es conocido a nivel local ya que en ocasiones los pobladores visitan el lugar.

|                        |                            |
|------------------------|----------------------------|
| <b>ATRACTIVO N° 4:</b> | Museo insitu Valdivia      |
| <b>Categoría:</b>      | Manifestaciones culturales |
| <b>Tipo:</b>           | Histórico                  |
| <b>Subtipo:</b>        | Museo Arqueológico         |

**Datos generales:** Este atractivo se encuentra en la categoría manifestaciones culturales, tipo histórico, subtipo museo arqueológico; es el principal atractivo turístico cultural de la comunidad.

**a. Ubicación geográfica:** El museo arqueológico Valdivia se encuentra ubicada entre la calle 24 de Mayo y barrio La Tola, a pocos metros de la vía principal Manglaralto de la comuna Valdivia.

**b. Centros urbanos cercanos:** Se encuentra a unos 20 m de la carretera principal de la comunidad.

**c. Características físicas del atractivo:**

✚ **Valor extrínseco:** Posee instalaciones degradadas por el tiempo que necesitan ser regeneradas, también le falta un lugar adecuado para el parqueo de carros de sus visitantes.

✚ **Valor intrínseco:** Dentro del museo se puede apreciar esqueleto humano, vasijas en perfecto estado, y ejemplares de cerámica pertenecientes a la cultura agroalfarera Valdivia, se encuentra ubicada en el lugar exacto donde se realizaron las excavaciones realizadas por Emilio Estrada y su equipo de trabajo.

**d. Estado de conservación del atractivo:** El museo presenta un lugar adecuado para que lo visitantes se sientan a gusto y puedan recorrer por todo el sitio, estarán acompañados por un grupo de personas que les irán explicando su historia o lo que los turistas se interesen por preguntar

**e. Estado de conservación del entorno:** El museo Valdivia se encuentra en un lugar accesible para todas las personas que deseen visitar este sitio. Atiende desde el Martes hasta el sábado, desde las 08:00 AM hasta las 06:00 PM.

**f. Infraestructura vial y de acceso:** Las vías de acceso a este lugar se encuentran en buen estado para que los turistas puedan hacer su recorrido sin inconvenientes.

**g. Infraestructura básica:** Este lugar si cuenta con agua, energía eléctrica y servicios higiénicos adecuados para recibir a los visitantes.

**h. Asociación con otros atractivos:** Se encuentra a pocas distancias de la plazoleta de la comunidad a pocas distancias se encuentra el museo El Angel.

**i. Difusión del atractivo:** El museo arqueológico Valdivia es conocido por su historia a nivel nacional, local y también internacional ya que en ella se encuentra parte de historia de la comunidad.

#### **ATRACTIVO N° 5**

Museo El Ángel

**Categoría:**

Manifestaciones culturales

**Tipo:**

Histórico

**Subtipo:**

Museo Arqueológico

**Datos generales:** Es un atractivo turístico insitu reconocido por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, pertenecientes a la categoría manifestaciones culturales, tipo histórico y subtipo museo arqueológico,

**a. Ubicación geográfica:** Está radicado en la comuna Valdivia, de la parroquia Manglaralto, del cantón Santa Elena, y provincia de Santa Elena. En el hogar de la Familia Ángel Aquino se encontraron restos humanos, junto a sus pertenencias como vasijas completas, oxidianas, taladros de concha, pulidoras de vasijas, sellos, hachas de piedra, tortero de cerámica, patas de polípodos, cachos de venado, collares de conchas, pipas para coger agua, flauta de huesos y concha perla.

**b. Centros urbanos cercanos:** Este lugar se encuentra a 100 metros de la plazoleta que se encuentra al entrar de la comunidad de Valdivia.

**c. Características físicas del atractivo:**

- **Valor extrínseco:** Cabe recalcar que es este museo se encuentra en la vivienda de la familia Ángel Aquino por lo que sus hallazgos se encuentran dentro de su vivienda posee una pequeña infraestructura pero aun así recibieron reconocimientos de parte del Instituto de Patrimonio Cultural, ya que sus restos encontrados pertenecen a la cultura Guangala.
- **Valor intrínseco:** El museo el Ángel posee vestigios de la cultura Guangala (300 – 700 años A.C.). Las osamentas tienen una profundidad de 45 cm. Según la guía (Ángel Betty, 2015).

**d. Estado de conservación del atractivo:** Sus osamentas halladas pertenecientes a la cultura Guangala se encontraron en buen estado por lo que pueden ser apreciados por los

visitantes, las encargadas de relatar la historia de sus hallazgos son la Srta. Betty Ángel y María Ángel dueñas de la vivienda.

**e. Estado de conservación del entorno:** el entorno se mantiene limpio y de una vista agradable por los arreglos realizado por la familia encargada del museo.

**f. Infraestructura vial y de acceso:** El museo El Ángel se encuentra ubicada en la provincia de Santa Elena, parroquia Manglaralto, comuna Valdivia en la calle Guayaquil, puede ser visitada por las personas ya que esta calle se encuentra en buen estado para transitar.

**g. Infraestructura básica:** Cuenta con los servicios básicos tales como agua potable, energía eléctrica, alcantarillado sanitario

**h. Asociación con otros atractivos:** Cerca de este lugar se encuentra el museo arqueológico Valdivia, está ubicada a unos 100 metros de la plazoleta de la comunidad.

**i. Difusión del atractivo:** Cabe recalcar que este lugar es muy poco conocido por el tiempo que fueron encontrados sus osamentas, la familia Ángel con ayuda de diferentes instituciones realizaron arreglos al lugar para que de una mejor presentación.

|                        |                            |
|------------------------|----------------------------|
| <b>ATRACTIVO N° 6:</b> | Museos Las Calaveras       |
| <b>Categoría:</b>      | Manifestaciones culturales |
| <b>Tipo:</b>           | Histórico                  |
| <b>Subtipo:</b>        | Museo Arqueológico         |

**Datos generales:** Lleva este nombre porque exhibe esqueletos humanos pertenecientes a los caciques de la Cultura Valdivia, pertenece a la categoría manifestaciones culturales, tipo histórico, subtipo museo arqueológico.

**a. Ubicación geográfica:** Se encuentra ubicado dentro de la Ciudadela Emilio Estrada, en la vía hacia Manglaralto.

**b. Centros urbanos cercanos:** Se encuentra cerca de la comuna Libertador Bolívar, un referente en turismo de sol y playa.

**c. Características físicas del atractivo:**

✚ **Valor intrínseco:** A lo largo del tiempo el señor Joselito Ángel ha ido adquiriendo diferentes piezas arqueológicas de la cultura Valdivia y Guangala. En el lugar se pueden adquirir diferentes réplicas y otras artesanías como hamacas, lámparas, collares y aretes de concha.

✚ **Valor extrínseco:** Es administrado por su propietario, quien ha destinado una cabaña hecha de caña, para ubicar sus piezas arqueológicas de gran relevancia patrimonial con un pequeño parqueadero disponible para los turistas que realicen los recorridos.

**d. Estado de conservación del atractivo:** Las piezas arqueológicas, principal recurso de este museo se encuentran en buen estado, sin embargo, las instalaciones requieren de perfeccionamiento.

**e. Estado de conservación del entorno:** La ciudadela Emilio Estrada, es el entorno inmediato, que requiere de aceras y bordillos, pues en temporada de lluvias, el terreno se vuelve fangoso, dificultando el acceso al lugar.

**f. Infraestructura vial y de acceso:** Se encuentra en plena vía a Montañita, por lo que se puede acceder fácilmente a este lugar. La carretera se encuentra en buen estado.

**g. Infraestructura básica:** Cuenta con los servicios básicos necesarios para el buen vivir, tales como agua potable energía eléctrica, el servicio higiénico es prestado por los dueños de la vivienda.

- h. Asociación con otros atractivos:** Cerca de este lugar existe una tienda de artesanías por lo que algunos turistas optan por llevar réplicas de la cultura visitando otros lugares.
- i. Difusión del atractivo:** Por su tradición e historia este museo es reconocido a nivel nacional y local.

**ATRACTIVO N° 7:** Iglesia Nuestra Señora del Carmen  
**Categoría:** Manifestaciones Culturales  
**Tipo:** Históricas  
**Subtipo:** Arquitectura religiosa

**Datos generales:** Lleva el nombre por la devoción de la comunidad por la Virgen del Carmen, pertenece a la categoría manifestaciones culturales, tipo arquitectura y espacio urbano, subtipo iglesia.

**a. Ubicación geográfica:** Se encuentra radicada entre las calles 16 de Julio y Mariano Merchán, de la comuna Valdivia, de la parroquia Manglaralto del cantón y provincia de Santa Elena.

**b. Centros urbanos cercanos:** Las comunidades vecinas del atractivo son San Pedro, Sinchal y Libertador Bolívar. El atractivo se encuentra en el centro de la comunidad, por lo que está rodeada de las viviendas que la adornan.

**c. Características del atractivo:**

✚ **Valor intrínseco:** La iglesia tiene una combinación en su estructura antigua y contemporánea, en su interior posee un gran baluarte en joyas de oro y túnicas de telas finas, que adornan a las imágenes de la virgen y de Cristo crucificado.

✚ **Valor extrínseco:** Este atractivo se mantiene por medio del consejo pastoral que se encarga de arreglar a la iglesia acorde al calendario eucarístico.

**d. Estado de conservación del atractivo:** Se mantiene en buen estado, pues recientemente ha sido regenerada por el Municipio de Santa Elena.

**e. Estado de conservación del entorno:** El entorno inmediato es el parque central de la comunidad, el cual se encuentra en buen estado.

**f. Infraestructura vial y acceso:** el fácil acceso del este atractivo se debe a que se encuentra en el centro de la comunidad a 5 minutos a pie del carretero principal.

**g. Infraestructura básica:** El atractivo cuenta con agua, luz y alcantarillado.

**h. Asociación con otros atractivos:** se vincula principalmente con el atractivo fiestas patronales, pues esta al ser una celebración religiosa está íntimamente ligada a la iglesia.

**i. Difusión del atractivo:** Es un atractivo con reconocimiento local y provincial por su estructura llamativa y por ser sede de la parroquia eclesiástica de la provincia.

**ATRACTIVO N° 8:** Plazoleta Venus de Valdivia  
**Categoría:** Manifestaciones Culturales  
**Tipo:** Históricas  
**Subtipo:** Plazoleta

**Datos generales:** Lleva el nombre porque es el símbolo de la fertilidad y de la comunidad, pertenece a la categoría manifestaciones culturales, tipo arquitectura y espacio urbano, subtipo plazoleta.

**a. Ubicación geográfica:** se encuentra radicada en el barrio Mariano Merchán frente al salón parroquial, siendo la entrada a la comuna Valdivia, de la provincia de Santa Elena.

**b. Centros urbanos cercanos:** La localidad de mayor cercanía es la comuna San Pedro, pueblo de pescadores artesanales.

**c. Características del atractivo:**

✚ **Valor intrínseco:** Tiene gran relevancia, pues es el símbolo de la comunidad, y es el punto de encuentro en la organización de eventos de diferente índole, ya que en ella se realizan ferias, charlas, mítines, ceremonias religiosas, y todo tipo de concentraciones masivas.

✚ **Valor extrínseco:** El atractivo está bajo la tutela de la comuna, organización que contrata personal para su mantenimiento.

**d. Estado de conservación del atractivo:** Se mantiene en buen estado pues el personal encargado y vecinos se esmeran por conservar el atractivo. Sin embargo a pesar de los esfuerzos, las piletas se encuentran deterioradas, siendo esta la principal falencia del lugar.

**e. Estado de conservación del entorno:** El entorno, las calles: Mariano Merchán y 16 de Julio, se encuentran adoquinadas, dándole una apariencia agradable para el visitante.

**f. Infraestructura vial y acceso:** Es ineludible el paso por el atractivo pues se encuentra a lado de la vía principal, especialmente para aquellos turistas que se dirigen a Olón, Montañita, Libertador Bolívar, o también Sinchal y Barcelona.

**g. Infraestructura básica:** Cuenta con los servicios básicos agua, luz y está conectado al alcantarillado local.

**h. Asociación con otros atractivos:** Se asocia principalmente con los atractivos playa, acuario y actividades productivas tradicionales, por su cercanía y por los eventos que se realizan en ella.

**i. Difusión del atractivo:** Es un atractivo poco difundido, pues solo es conocido a nivel local y provincial.

|                        |                                      |
|------------------------|--------------------------------------|
| <b>ATRACTIVO N° 9:</b> | Festividades de la Virgen del Carmen |
| <b>Categoría:</b>      | Manifestaciones Culturales           |
| <b>Tipo:</b>           | Acontecimientos Programados          |
| <b>Subtipo:</b>        | Fiestas Patronales                   |

**Datos generales:** La comuna Valdivia celebra sus festividades patronales y culturales los días 13, 14, 15, 16 y 17 de Julio de cada año, en honor a la Virgen del Carmen y al mismo tiempo celebra el descubrimiento de la Cultura Valdivia.

**a. Ubicación geográfica:** Se organiza en diferentes partes de la comunidad, teniendo como punto principal la calle 16 de Julio, en Valdivia de la parroquia Manglaralto y provincia de Santa Elena.

**b. Centros urbanos cercanos:** Las comunidades cercanas son San Pedro, Sinchal Barcelona, Loma Alta, y Libertador Bolívar.

**c. Características del atractivo:**

✚ **Valor intrínseco:** las festividades empiezan con el tradicional pregón que se realiza el 1 de Julio, luego realizan las novenas que consiste en la celebración de la misa en cada barrio, calle o ciudadela de la comunidad, seguidamente el día 13 de Julio se realiza un balconazo (festival artístico) organizado por el cabildo comunal en unión a otras instituciones, evento que culmina con el albazo a las 5:00 am. Ya en el día 15 se realiza la quema del castillo, vaca loca y juegos pirotécnicos, un día después las instituciones y grupos organizados de la comunidad y otras invitadas, participan en el desfile cívico, ceremonia cívica, y baile público. Finalmente el día 17 los barrios organizan juegos tradicionales para niños y niñas de la comunidad.



- ✚ **Valor extrínseco:** las festividades son organizadas por el cabildo comunal y el comité profiesta, cuya función es la de recolectar fondos estimados para cada socio comunero. También para gestionar apoyo ante instituciones públicas como Municipio, Prefectura, Ministerio de Turismo y otras que se estime conveniente.
- d. Estado de conservación del atractivo:** las festividades un mantienen su esencia religiosa y también patrimonial que la ha caracterizado, cada año los encargados de la organización de las fiestas se esmeran por superar a la anterior. Por estas consideraciones se estima que el atractivo se mantiene en buen estado de conservación, ya que el traspaso generacional se genera de manera dinámica.
- e. Estado de conservación del entorno:** las calles principales por donde transcurren las festividades se encuentran en buen estado ya que se encuentran pavimentadas y adoquinadas, con áreas verdes y de recreación (2 parques).
- f. Infraestructura vial y de acceso:** El acceso a las diferentes actividades que componen la festividad, es fácil; puesto que se localizan en el centro de la comunidad.
- g. Infraestructura básica:** las calles mencionadas anteriormente cuentan con los servicios básicos agua, energía eléctrica y alcantarillado sanitario.
- h. Asociación con otros atractivos:** Por motivo a las festividades locales, los principales atractivos acuario y museo arqueológico promocionan sus servicios con entrada gratuita.
- i. Difusión del atractivo:** Estas celebraciones tienen reconocimiento local y regional, por la presencia de personas de otras provincias.

|                         |                            |
|-------------------------|----------------------------|
| <b>ATRACTIVO N° 10:</b> | Platos típicos             |
| <b>Categoría:</b>       | Manifestaciones culturales |
| <b>Tipo:</b>            | Etnografía                 |
| <b>Subtipo:</b>         | Comidas y bebidas típicas  |

**Datos generales:** La comuna Valdivia ha sido destacada por sus diferentes platos típicos como son el agua y seco de gallina criolla, picante de pescado salado, escurrido de tollo, y todos los platillos preparados a base de productos del mar. Estos platos típicos pertenecen a la categoría manifestaciones culturales, tipo expresiones folklóricas, subtipo gastronómicos.

- a. Ubicación geográfica:** estas delicias pueden ser adquiridas en el parador turístico de la comuna Valdivia, en la zona norte de la provincia de Santa Elena.
- b. centros urbanos cercanos:** El centro poblado aledaño al atractivo es la comuna San Pedro.

**c. Características del atractivo:**

- ✚ **Valor intrínseco:** tienen como principal característica ser productos realizados con materia prima local como pollos criados en los hogares o peces recién capturados. La frescura que la caracteriza, permite degustar de un producto de calidad, acompañado con una atención de excelencia que prestan los servidores del paradero turístico.
- ✚ **Valor extrínseco:** son preparados por los cabañeros quienes enseñan a sus hijos la tradición de manera que se mantenga en el tiempo, el precio varía de acuerdo a la materia prima que se utilice, pues los mariscos tienen generalmente los precios más altos dentro de atractivos playeros.
- d. Estado de conservación del atractivo:** la gastronomía se mantiene intacta, pues ha tenido un proceso transgeneracional importante, sin embargo el equipamiento para los servidores requiere de perfeccionamiento, pues carecen de parqueadero, y tienen poca capacidad en los baños

**e. Estado de conservación del entorno:** el entorno inmediato es la playa y el malecón, ambos se encuentran limpios y en buen estado, generándole una imagen agradable al lugar donde se degustan de dichos platos.

**f. Infraestructura vial y de acceso:** las vías de acceso se encuentran en buen estado, pues este en pleno paso de la vía Santa Elena – Montañita, lo que facilita notablemente el acceso.

**g. Infraestructura básica:** Cuenta con los servicios agua, energía eléctrica y alcantarillado.

**h. Asociación con otros atractivos:** Se asocia por su cercanía con el actual acuario provisional que en lo posterior se elevará a parque marino.

**i. Difusión del atractivo:** Es conocido a nivel local, regional y nacional, con una pequeña incidencia a nivel internacional, pues los turistas extranjeros que acuden a la playa degustan de estos exquisitos platillos.

|                         |                            |
|-------------------------|----------------------------|
| <b>ATRACTIVO N° 11:</b> | Industria del calzado      |
| <b>Categoría:</b>       | Manifestaciones culturales |
| <b>Tipo:</b>            | Etnografía                 |
| <b>Subtipo:</b>         | Artesanías                 |

**Datos generales:** El calzado de mujer es un producto artesanal característico de la comuna Valdivia por su calidad y modelos, pertenece a la categoría manifestaciones culturales, tipo expresiones folklóricas y subtipo artesanías.

**a. Ubicación geográfica:** Se los puede adquirir en los diferentes talleres radicados en Valdivia de la parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena.

**b. Centros urbanos cercanos:** Las comunidades cercanas son San Pedro, Sinchal, y Libertador Bolívar.

**c. Características del atractivo:**

✚ **Valor intrínseco:** Se lo ha considerado como un atractivo de relevancia por ser realizado manualmente, manteniendo su condición artesanal, de la misma forma tiene relevancia para la comunidad por las fuentes de trabajo y por las visitas de turistas nacionales que este producto genera.

✚ **Valor extrínseco:** Es realizado en los talleres locales, con cueros de primera calidad y de gran durabilidad. Actualmente no existe una integración de marcas, pues cada taller le impone su insignia.

**d. Estado de conservación del atractivo:** el atractivo se conserva por sí solo, los padres enseñan a sus hijos esta labor, lo que asegura que las futuras generaciones conozcan de este arte.

**e. Estado de conservación del entorno:** los talleres se encuentran dentro de los hogares, pues requieren de un local donde realizar sus tareas.

**f. Infraestructura vial y de acceso:** Estos talleres atienden los 365 días del año, pues esta es su forma de subsistencia, y el acceso a este lugar es fácil, pues la mayoría de locales están radicadas en las calles principales 16 de Julio, Mariano Merchán y Guayaquil.

**g. Infraestructura básica:** en los sectores donde se encuentran los talleres, existen los servicios de agua, energía eléctrica y alcantarillado.

**h. Asociación con otros atractivos:** Se vincula principalmente con la plazoleta, pues esta es la sede para organizar ferias promocionales para el producto.

**i. Difusión del atractivo:** Este tipo de artesanías es reconocida a nivel nacional, ya que los turistas se trasladan a la comunidad por adquirir este producto.

|                         |                                   |
|-------------------------|-----------------------------------|
| <b>ATRACTIVO N° 12:</b> | Leyendas de la comunidad          |
| <b>Categoría:</b>       | Manifestaciones culturales        |
| <b>Tipo:</b>            | Etnografía                        |
| <b>Subtipo:</b>         | Tradiciones y creencias populares |

**Datos generales:** Las leyendas el tintín, el diablo y las calaveras son atractivos turísticos de la categoría manifestaciones culturales, tipo expresiones culturales y subtipo mitos y leyendas.

**a. Ubicación geográfica:** Pueden ser escuchadas en la calle Virgen del Carmen, de la comuna Valdivia, en la casa del señor Miguel Yagual, a quien le gusta recordar los cuentos y la forma como se ha desarrollado su comunidad.

**b. Centros urbanos cercanos:** Esta morada se encuentra en la “Y”, cruce que divide a la población en dos vías.

**c. Características del atractivo:**

✚ **Valor intrínseco:** Cuentan que en el lugar descansa el diablo, también que el tintín lleva a sus víctimas, y que las calaveras salen para semana santa a extraer almas desapareciendo a muchas personas.

✚ **Valor extrínseco:** En la comunidad hay 2 personas de mayor longevidad, quienes relatan las historias quienes se las cuentan a nietos, amigos, vecinos o a quien le pida referencia de aquello.

**d. Estado de conservación del atractivo:** No todos los pobladores conocen las leyendas locales, por esta condición se establece que el atractivo se encuentra poco conservado.

**e. Estado de conservación del entorno:** Los Mogotes es un área de la playa donde supuestamente ocurren estos eventos, el cual aún mantiene su vegetación.

**f. Infraestructura vial y de acceso:** El medio de acceso a Los Mogotes es a pie, a tan solo 10 minutos de la iglesia. Mientras que la casa de don Miguel se encuentra en pleno pasó de la carretera, frente a la Y.

**g. Infraestructura básica:** Los Mogotes es un lugar despoblado, por esta razón carece de agua, luz y alcantarillado, sin embargo

**h. Asociación con otros atractivos:** Se asocia con el estuario La Boquita, por su cercanía, pues para acceder a este es necesario su paso por el lugar.

**i. Difusión del atractivo:** Estos mitos y leyendas son conocidos únicamente por ciertos pobladores locales.

|                         |                      |
|-------------------------|----------------------|
| <b>ATRACTIVO N° 13:</b> | Acuario Valdivia     |
| <b>Categoría:</b>       | Parques temáticos    |
| <b>Tipo:</b>            | Científica y técnica |
| <b>Subtipo:</b>         | Acuario              |

**Datos generales:** Es uno de los atractivos pioneros en turismo dentro de la comunidad, pertenece a la categoría parques temáticos, tipo científicos y técnicos.

**a. Ubicación geográfica:** Se encuentra dentro del Barrio El Malecón, a lado del parador turístico.

**b. centros urbanos cercanos:** El centro poblado de mayor cercanía es la comuna San Pedro

**c. Características del atractivo:**

✚ **Valor intrínseco:** muestra diferentes especies animales marinas y playeras como aves, peces, tortugas, cocodrilos y otras, que la hacen un lugar agradable para el visitante.

✚ **Valor extrínseco:** Es manejado por un comité técnico de especialistas encargados del cuidado de las especies que allí se encuentran.

**d. Estado de conservación del atractivo:** Actualmente se encuentra realizando sus funciones dentro de instalaciones rústicas, pues están a la espera de la elevación como parque marino, mismo que tendrá sus instalaciones cerca de la ciudadela Nueva Unión.

**e. Estado de conservación del entorno:** El lugar es limpio, con calles pavimentadas, y con playa de arena blanca, lo que da una impresión atrayente al turista.

**f. Infraestructura vial y de acceso:** El acceso se encuentra a lado de la carretera principal, y atiende los 365 desde las 9:00 am hasta las 6:00 pm.

**g. Infraestructura básica:** Cuenta con los servicios básicos agua y energía eléctrica, pero carece de baños.

**h. Asociación con otros atractivos:** Por su cercanía se asocia con la playa, la y plazoleta.

**i. Difusión del atractivo:** Es conocido a nivel nacional y con una captación de turistas internacionales importante.

## ANEXO #12: JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS

| VARIABLE            | FACTOR   | PUNTUACIÓN |
|---------------------|--|------------|
| Calidad (50pts)     | Valor intrínseco (Max. 15pts)                      | 10         |
|                     | Valor extrínseco (Max. 15pts)                      | 10         |
|                     | Entorno (Max. 10pts)                               | 6          |
|                     | Estado de conservación y organización (Max. 10pts) | 8          |
|                     | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>34</b>  |
| Apoyo (25pts)       | Acceso (Max. 10pts)                                | 9          |
|                     | Servicios (Max. 10 pts)                            | 7          |
|                     | Asociación con otros atractivos (Max. 5pts)        | 2          |
|                     | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>18</b>  |
| Significado (25pts) | Local (Max. 2pts)                                  | 2          |
|                     | Provincial (Max. 4pts)                             | 4          |
|                     | Nacional (Max. 7pts)                               | 1          |
|                     | Internacional (Max. 12pts)                         | 1          |
|                     | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>8</b>   |
| <b>TOTAL</b>        |  | <b>60</b>  |
| <b>JERARQUÍA</b>    |  | <b>III</b> |

Valoración y jerarquización del atractivo 1: Playa

| VARIABLE            | FACTOR   | PUNTUACIÓN |
|---------------------|--|------------|
| Calidad (50pts)     | Valor intrínseco (Max. 15pts)                      | 10         |
|                     | Valor extrínseco (Max. 15pts)                      | 10         |
|                     | Entorno (Max. 10pts)                               | 6          |
|                     | Estado de conservación y organización (Max. 10pts) | 2          |
|                     | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>28</b>  |
| Apoyo (25pts)       | Acceso (Max. 10pts)                                | 8          |
|                     | Servicios (Max. 10 pts)                            | 2          |
|                     | Asociación con otros atractivos (Max. 5pts)        | 0          |
|                     | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>10</b>  |
| Significado (25pts) | Local (Max. 2pts)                                  | 2          |
|                     | Provincial (Max. 4pts)                             | 0          |
|                     | Nacional (Max. 7pts)                               | 0          |
|                     | Internacional (Max. 12pts)                         | 0          |
|                     | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>2</b>   |
| <b>TOTAL</b>        |  | <b>40</b>  |
| <b>JERARQUÍA</b>    |  | <b>II</b>  |

Valoración y jerarquización del atractivo 2: Cerro

| VARIABLE            | FACTOR   | PUNTUACIÓN |
|---------------------|--|------------|
| Calidad (50pts)     | Valor intrínseco (Max. 15pts)                      | 10         |
|                     | Valor extrínseco (Max. 15pts)                      | 10         |
|                     | Entorno (Max. 10pts)                               | 8          |
|                     | Estado de conservación y organización (Max. 10pts) | 6          |
|                     | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>34</b>  |
| Apoyo (25pts)       | Acceso (Max. 10pts)                                | 8          |
|                     | Servicios (Max. 10 pts)                            | 1          |
|                     | Asociación con otros atractivos (Max. 5pts)        | 2          |
|                     | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>11</b>  |
| Significado (25pts) | Local (Max. 2pts)                                  | 2          |
|                     | Provincial (Max. 4pts)                             | 1          |
|                     | Nacional (Max. 7pts)                               | 0          |
|                     | Internacional (Max. 12pts)                         | 0          |
|                     | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>3</b>   |
| <b>TOTAL</b>        |  | <b>48</b>  |
| <b>JERARQUÍA</b>    |  | <b>II</b>  |

Valoración y jerarquización del atractivo 3: Manglar

| VARIABLE            | FACTOR   | PUNTUACIÓN |
|---------------------|--|------------|
| Calidad (50pts)     | Valor intrínseco (Max. 15pts)                      | 12         |
|                     | Valor extrínseco (Max. 15pts)                      | 9          |
|                     | Entorno (Max. 10pts)                               | 6          |
|                     | Estado de conservación y organización (Max. 10pts) | 3          |
|                     | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>30</b>  |
| Apoyo (25pts)       | Acceso (Max. 10pts)                                | 10         |
|                     | Servicios (Max. 10 pts)                            | 5          |
|                     | Asociación con otros atractivos (Max. 5pts)        | 2          |
|                     | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>17</b>  |
| Significado (25pts) | Local (Max. 2pts)                                  | 2          |
|                     | Provincial (Max. 4pts)                             | 4          |
|                     | Nacional (Max. 7pts)                               | 2          |
|                     | Internacional (Max. 12pts)                         | 1          |
|                     | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>9</b>   |
| <b>TOTAL</b>        |  | <b>56</b>  |
| <b>JERARQUÍA</b>    |  | <b>III</b> |

Valoración y jerarquización del atractivo 4: Museo Valdivia

| VARIABLE            | FACTOR   | PUNTUACIÓN |
|---------------------|--|------------|
| Calidad (50pts)     | Valor intrínseco (Max. 15pts)                      | 9          |
|                     | Valor extrínseco (Max. 15pts)                      | 9          |
|                     | Entorno (Max. 10pts)                               | 6          |
|                     | Estado de conservación y organización (Max. 10pts) | 6          |
|                     | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>30</b>  |
| Apoyo (25pts)       | Acceso (Max. 10pts)                                | 8          |
|                     | Servicios (Max. 10 pts)                            | 6          |
|                     | Asociación con otros atractivos (Max. 5pts)        | 1          |
|                     | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>15</b>  |
| Significado (25pts) | Local (Max. 2pts)                                  | 2          |
|                     | Provincial (Max. 4pts)                             | 3          |
|                     | Nacional (Max. 7pts)                               | 0          |
|                     | Internacional (Max. 12pts)                         | 0          |
|                     | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>5</b>   |
| <b>TOTAL</b>        |  | <b>50</b>  |
| <b>JERARQUÍA</b>    |  | <b>II</b>  |

Valoración y jerarquización del atractivo 5: Museo El Ángel

| VARIABLE            | FACTOR   | PUNTUACIÓN |
|---------------------|--|------------|
| Calidad (50pts)     | Valor intrínseco (Max. 15pts)                      | 9          |
|                     | Valor extrínseco (Max. 15pts)                      | 9          |
|                     | Entorno (Max. 10pts)                               | 6          |
|                     | Estado de conservación y organización (Max. 10pts) | 6          |
|                     | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>30</b>  |
| Apoyo (25pts)       | Acceso (Max. 10pts)                                | 8          |
|                     | Servicios (Max. 10 pts)                            | 6          |
|                     | Asociación con otros atractivos (Max. 5pts)        | 1          |
|                     | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>15</b>  |
| Significado (25pts) | Local (Max. 2pts)                                  | 2          |
|                     | Provincial (Max. 4pts)                             | 3          |
|                     | Nacional (Max. 7pts)                               | 0          |
|                     | Internacional (Max. 12pts)                         | 0          |
|                     | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>5</b>   |
| <b>TOTAL</b>        |  | <b>50</b>  |
| <b>JERARQUÍA</b>    |  | <b>II</b>  |

Valoración y jerarquización del atractivo 6: Museo Las Calaveras

| VARIABLE                       | FACTOR   | PUNTUACIÓN |
|--------------------------------|--|------------|
| <b>Calidad<br/>(50pts)</b>     | Valor intrínseco (Max. 15pts)                      | 8          |
|                                | Valor extrínseco (Max. 15pts)                      | 8          |
|                                | Entorno (Max. 10pts)                               | 5          |
|                                | Estado de conservación y organización (Max. 10pts) | 5          |
|                                | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>26</b>  |
| <b>Apoyo<br/>(25pts)</b>       | Acceso (Max. 10pts)                                | 7          |
|                                | Servicios (Max. 10 pts)                            | 2          |
|                                | Asociación con otros atractivos (Max. 5pts)        | 4          |
|                                | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>13</b>  |
| <b>Significado<br/>(25pts)</b> | Local (Max. 2pts)                                  | 2          |
|                                | Provincial (Max. 4pts)                             | 4          |
|                                | Nacional (Max. 7pts)                               | 0          |
|                                | Internacional (Max. 12pts)                         | 0          |
|                                | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>6</b>   |
| <b>TOTAL</b>                   |  | <b>45</b>  |
| <b>JERARQUÍA</b>               |  | <b>II</b>  |

Valoración y jerarquización del atractivo 7: Iglesia

| VARIABLE                       | FACTOR   | PUNTUACIÓN |
|--------------------------------|--|------------|
| <b>Calidad<br/>(50pts)</b>     | Valor intrínseco (Max. 15pts)                      | 8          |
|                                | Valor extrínseco (Max. 15pts)                      | 7          |
|                                | Entorno (Max. 10pts)                               | 4          |
|                                | Estado de conservación y organización (Max. 10pts) | 5          |
|                                | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>24</b>  |
| <b>Apoyo<br/>(25pts)</b>       | Acceso (Max. 10pts)                                | 7          |
|                                | Servicios (Max. 10 pts)                            | 6          |
|                                | Asociación con otros atractivos (Max. 5pts)        | 2          |
|                                | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>15</b>  |
| <b>Significado<br/>(25pts)</b> | Local (Max. 2pts)                                  | 2          |
|                                | Provincial (Max. 4pts)                             | 4          |
|                                | Nacional (Max. 7pts)                               | 0          |
|                                | Internacional (Max. 12pts)                         | 0          |
|                                | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>6</b>   |
| <b>TOTAL</b>                   |  | <b>45</b>  |
| <b>JERARQUÍA</b>               |  | <b>II</b>  |

Valoración y jerarquización del atractivo 8: Plazoleta



| VARIABLE                       | FACTOR   | PUNTUACIÓN |
|--------------------------------|--|------------|
| <b>Calidad<br/>(50pts)</b>     | Valor intrínseco (Max. 15pts)                      | 9          |
|                                | Valor extrínseco (Max. 15pts)                      | 9          |
|                                | Entorno (Max. 10pts)                               | 7          |
|                                | Estado de conservación y organización (Max. 10pts) | 4          |
|                                | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>29</b>  |
| <b>Apoyo<br/>(25pts)</b>       | Acceso (Max. 10pts)                                | 8          |
|                                | Servicios (Max. 10 pts)                            | 5          |
|                                | Asociación con otros atractivos (Max. 5pts)        | 2          |
|                                | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>15</b>  |
| <b>Significado<br/>(25pts)</b> | Local (Max. 2pts)                                  | 2          |
|                                | Provincial (Max. 4pts)                             | 2          |
|                                | Nacional (Max. 7pts)                               | 0          |
|                                | Internacional (Max. 12pts)                         | 0          |
|                                | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>4</b>   |
| <b>TOTAL</b>                   |  | <b>48</b>  |
| <b>JERARQUÍA</b>               |  | <b>II</b>  |

Valoración y jerarquización del atractivo 9: Fiestas patronales

| VARIABLE                       | FACTOR   | PUNTUACIÓN |
|--------------------------------|--|------------|
| <b>Calidad<br/>(50pts)</b>     | Valor intrínseco (Max. 15pts)                      | 9          |
|                                | Valor extrínseco (Max. 15pts)                      | 8          |
|                                | Entorno (Max. 10pts)                               | 6          |
|                                | Estado de conservación y organización (Max. 10pts) | 4          |
|                                | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>27</b>  |
| <b>Apoyo<br/>(25pts)</b>       | Acceso (Max. 10pts)                                | 8          |
|                                | Servicios (Max. 10 pts)                            | 6          |
|                                | Asociación con otros atractivos (Max. 5pts)        | 2          |
|                                | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>16</b>  |
| <b>Significado<br/>(25pts)</b> | Local (Max. 2pts)                                  | 2          |
|                                | Provincial (Max. 4pts)                             | 4          |
|                                | Nacional (Max. 7pts)                               | 1          |
|                                | Internacional (Max. 12pts)                         | 10         |
|                                | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>7</b>   |
| <b>TOTAL</b>                   |  | <b>50</b>  |
| <b>JERARQUÍA</b>               |  | <b>II</b>  |

Valoración y jerarquización del atractivo 10: Platos típicos

| VARIABLE                   | FACTOR   | PUNTUACIÓN |
|----------------------------|--|------------|
| <b>Calidad (50pts)</b>     | Valor intrínseco (Max. 15pts)                      | 9          |
|                            | Valor extrínseco (Max. 15pts)                      | 9          |
|                            | Entorno (Max. 10pts)                               | 6          |
|                            | Estado de conservación y organización (Max. 10pts) | 5          |
|                            | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>29</b>  |
| <b>Apoyo (25pts)</b>       | Acceso (Max. 10pts)                                | 7          |
|                            | Servicios (Max. 10 pts)                            | 5          |
|                            | Asociación con otros atractivos (Max. 5pts)        | 2          |
|                            | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>14</b>  |
| <b>Significado (25pts)</b> | Local (Max. 2pts)                                  | 2          |
|                            | Provincial (Max. 4pts)                             | 4          |
|                            | Nacional (Max. 7pts)                               | 5          |
|                            | Internacional (Max. 12pts)                         | 1          |
|                            | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>12</b>  |
| <b>TOTAL</b>               |  | <b>55</b>  |
| <b>JERARQUÍA</b>           |  | <b>III</b> |

Valoración y jerarquización del atractivo 11: Industria Manufacturera

| VARIABLE                   | FACTOR   | PUNTUACIÓN |
|----------------------------|--|------------|
| <b>Calidad (50pts)</b>     | Valor intrínseco (Max. 15pts)                      | 9          |
|                            | Valor extrínseco (Max. 15pts)                      | 9          |
|                            | Entorno (Max. 10pts)                               | 7          |
|                            | Estado de conservación y organización (Max. 10pts) | 2          |
|                            | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>27</b>  |
| <b>Apoyo (25pts)</b>       | Acceso (Max. 10pts)                                | 6          |
|                            | Servicios (Max. 10 pts)                            | 5          |
|                            | Asociación con otros atractivos (Max. 5pts)        | 0          |
|                            | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>11</b>  |
| <b>Significado (25pts)</b> | Local (Max. 2pts)                                  | 2          |
|                            | Provincial (Max. 4pts)                             | 0          |
|                            | Nacional (Max. 7pts)                               | 0          |
|                            | Internacional (Max. 12pts)                         | 0          |
|                            | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>2</b>   |
| <b>TOTAL</b>               |  | <b>40</b>  |
| <b>JERARQUÍA</b>           |  | <b>II</b>  |

Valoración y jerarquización del atractivo 12: Leyendas de la comunidad

| <b>VARIABLE</b>                | <b>FACTOR</b>                                      | <b>PUNTUACIÓN</b> |
|--------------------------------|--|-------------------|
| <b>Calidad<br/>(50pts)</b>     | Valor intrínseco (Max. 15pts)                      | 10                |
|                                | Valor extrínseco (Max. 15pts)                      | 10                |
|                                | Entorno (Max. 10pts)                               | 7                 |
|                                | Estado de conservación y organización (Max. 10pts) | 1                 |
|                                | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>28</b>         |
| <b>Apoyo<br/>(25pts)</b>       | Acceso (Max. 10pts)                                | 7                 |
|                                | Servicios (Max. 10 pts)                            | 5                 |
|                                | Asociación con otros atractivos (Max. 5pts)        | 3                 |
|                                | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>15</b>         |
| <b>Significado<br/>(25pts)</b> | Local (Max. 2pts)                                  | 2                 |
|                                | Provincial (Max. 4pts)                             | 4                 |
|                                | Nacional (Max. 7pts)                               | 2                 |
|                                | Internacional (Max. 12pts)                         | 1                 |
|                                | <b>SUBTOTAL</b>                                    | <b>9</b>          |
| <b>TOTAL</b>                   |  | <b>52</b>         |
| <b>JERARQUÍA</b>               |  | <b>III</b>        |

Valoración y jerarquización del atractivo 13: Acuario

## ANEXO #13: GUÍA PARA LA OBSERVACIÓN DE AVES

|  |   |  |
|--|---|--|
| <p style="text-align: center;"><b>Guía Ambiental</b></p>  <p style="text-align: center;"><b>Elaborado por:</b><br/>Gilson Danilo Rodríguez<br/>Muñoz</p>  | <p style="text-align: center;"><b>PRESENTACIÓN</b></p> <p>El área de Valdivia pertenece a una zona de vida de bosque muy seco tropical. La vegetación representativa del lugar corresponde a una vegetación de bosque secundario y es muy escasa debido a la erosión producida por la acumulación de desechos y al alto grado de intervención por parte de los comuneros. La fauna en el sector es muy escasa debido a la poca vegetación que existe. Durante el día se pueden ver aves que sobrevuelan el lugar como las Garzas y Fraguatas. Gallinazos que buscan alimento</p>  | <p><b>Chorlito Collarejo o de Collar (Charadrius collaris):</b></p>  <p>Pertenece a la familia Charadriidae, es un ave diminuta de aproximadamente 14 o 15 cm, con actividad diurna, que tiene la espalda y parte superior pardas, y cabeza y franjas laterales de color negro. Tiene manchas blancas en diferentes partes de su cuerpo (frente, y partes inferiores de su cuerpo), luce un collar negro que lo caracteriza, mientras que su pico es recto, corto y de color negro. Los jóvenes se diferencian por tener un color pardo. Vive generalmente en costas y riberas de ríos, humedales y ciénagas, alimentándose de insectos y animales acuáticos (moluscos y crustáceos). Según la BirdLife Association, este tipo de aves no se encuentra en peligro de extinción.</p>   |
| <p><b>Chorlito de Wilson o Piquigrueso (Charadrius wilsonia):</b></p>  <p>Pertenece a la familia Charadrius. Su tamaño va de 16.5 a 20 cm, tiene patas de color rosa pardas, la forma del pico es gruesa, larga y de color negro. Existen 3 diferencias en el plumaje, ocasionado por su condición, el macho reproductor tiene un manto de color gris pardo y corona negra. La hembra en cambio tiene el manto y coronilla de color café, mientras que el macho en plumaje no reproductivo o los jóvenes del mismo color de las hembras. Se la puede encontrar en las diferentes costas del pacífico desde los EEUU hasta el centro de Perú y Colombia, pues habita en playas, bordes de manglares y orillas de humedales salobres alimentándose de poliquetos, moluscos, cangrejos e insectos y sus larvas. La Birdlife establece que es una especie poco amenazada.</p> | <p><b>Chorlo Gris (Charadrius squatarola):</b></p>  <p>Son aves pertenecientes a la familia Charadriidae. Tienen como principal característica su cabeza grande y pico grueso, presenta dos tipos de colores en sus alas, de acuerdo con la estación climática, durante el invierno está cubierto de un plumaje gris oscuro con bordes blancos, puesto que se encuentra en plumaje de reposo; mientras que durante el tiempo de frío, su plumaje se oscurece. El color de sus extremidades inferiores es de color negro o gris. Su contextura pequeña (de 26 a 29 cm), le asemeja al chorlito dorado, sin embargo se las puede diferenciar por su mancha negra debajo del ala. Su dieta varía de acuerdo con la estación climática, pues durante los meses de lluvia come gusanos, cangrejos pequeños, y moluscos; mientras que durante el verano se alimenta de plantas pequeñas y semillas, viviendo generalmente en costas y estuarios. Anida en zonas frías cercanas al Ártico, en Europa, Asia y América del Norte es por ello que también se le denomina Chorlito Polar, es un ave migratoria, que realiza grandes recorridos en el invierno hacia las cálidas costas de Australia y Sudamérica. La Birdlife, la define en la categoría de preocupación menor.</p> | <p><b>Chorlito Nevado (Charadrius nivosus):</b></p>  <p>Es un ave que pertenece a la familia Charadriidae, que recientemente ha sido elevada a especie, ya que hasta el 2011 se la consideró como chorlito patinegro, es un ave pequeña (de 15 a 17 cm) que se caracteriza por su plumaje blanco cubierto de un manto de color gris pálido. Tiene manchas negras en el cuello, corona y mejillas, mismas que en tiempos de reproducción varía a un color café; que tiene como hábitats, los ambientes salinos y estuarios, donde se nutre principalmente de pulgas de mar. Es una especie endémica de América de los Estados Unidos y América del Sur, donde los principales países son Ecuador, Perú, Chile. En la actualidad la asociación Birdlife la ubica dentro de la categoría G3, o Vulnerable, puesto que principalmente en América del Norte, están desapareciendo rápidamente este tipo de especies por la degradación de su ecosistema.</p> |
| <p><b>Playero Manchado (Actitis macularius):</b></p>  <p>Esta ave concierne a la Charadriiforme Scolopacidae, mide entre 18 y 20 cm, lleva este nombre porque en su etapa juvenil presenta un manto café oscuro y la parte baja blanca con pequeñas manchas de color negro, dándole un plumaje muy vistoso. En la etapa adulta, las manchas desaparecen de su cuerpo, estableciendo que el ave no crecerá más. Su pico es de color naranja y las patas son cortas de color amarillo; vive en bordes costeros e interiores (manglares, estuarios, ríos), donde cazan sus principales alimentos que son insectos acuáticos y terrestres. Crían en aguas dulces o salobres cerca Canadá y Estados Unidos pero que migra hacia el Sur (Sudamérica) en tiempos de invierno. Esta especie se encuentra en la categoría poco amenazada.</p>                                      | <p><b>Playero Menudo (Calidris minuta):</b></p>  <p>El playero menudo es un ave pequeña (12 a 14 cm), que tiene un pico muy fino de color negro, su plumaje es gris, combinado con la parte superior blanca, sus patas son de color negro. Durante el periodo de reproducción esta ave muestra una franja naranja en el vientre, y una mancha en forma de "V" de color blanco en el lomo. Tienen como peculiaridad que, tanto machos como hembras pueden encubar los huevos; habitan en marismas costeras o en las riberas de lagos y estanques de agua dulce. Estas aves crecen en el norte de Europa y Asia, migrando durante el invierno hacia las cálidas costas sudamericanas. Se encuentra en estado de conservación menor, declarada por la Birdlife.</p>   | <p><b>Cigüeñuela común (Himantopus himantopus)</b></p>  <p>Estas aves forman parte de la familia Charadriiformes Recuivirotridae, tienen un tamaño comprendido entre 33 y 36 cm, con patas largas de color rojo, un pico fino largo de color café oscuro. Muestra un plumaje de color blanco, a excepción de las alas que son oscuras, también en la cabeza presenta una mancha de color café claro. Frecuenta humedales, estuarios, lagunas costeras, zonas pantanosas y lagos poco profundos. Su dieta consiste en invertebrados que son principalmente insectos acuáticos, apareciendo en Asia, Australia, Nueva Zelanda, Arabia, África, Madagascar, Hawái y parte de América. Se encuentra en la categoría Low Caution (sin peligro) o con preocupación menor.</p>   |

### Zarapito trinador (Numenius phaeopus)



Ave de tamaño mediano (40 a 42 cm), que forma parte de los Charadriiformes Scolopacidae, tiene un pico largo y curvo, característico en los zarapitos, lleva el nombre de trinador por que hace un sonido semejante a un trino silbante. Sus patas son azuladas y su plumaje es de color café oscuro con gran cantidad de manchas de color café claro, mientras que sus cejas son blancas. La diferencia entre machos y hembras radica en el tamaño del pico y el color de las manchas, pues por lo general el pico en las hembras es más pronunciado, y las manchas son claras. Sus principales amenazas son la destrucción de su hábitat y lugares de reproducción, actualmente se encuentra en un nivel de "interés especial" por conservar la especie.

### Gaviotín Real (Thalasseus máximus):



Ave de tamaño mediano (44cm) perteneciente a los Charadriiformes, tiene la mayoría de su cuerpo cubierto de plumaje blanco, con una mancha negra en la cabeza en forma de corona, razón por la cual toma el nombre de gaviotín real. Se las localiza en las playas de mar, donde pesca su alimento. Las costas del pacífico desde Canadá hasta el sur de Perú acogen a esta ave migratoria durante su periodo de reproducción, según afirma NatureService.com se encuentra en estado de preocupación menor.

### Gaviota reidora (Chroicocephalus ridibundus):



Ave pequeña (34 -37 cm) de la familia Laridae, que tiene una capa de color café oscuro durante el periodo de reproducción, y blanco fuera de este periodo. La cabeza, pecho y espalda son blancos y las alas de color gris oscuro, con una mancha auricular negra; sus patas y picos son de color rojo. La diferencia de sexo radica en el tamaño, pues los machos son más grandes que las hembras. Es migratoria que visita las costas ecuatorianas durante el periodo de reproducción, pues nidifica cerca de los humedales de agua dulce o salobre. Se alimenta de crustáceos, peces pequeños y cierta materia vegetal. Es característica de los países del centro de Europa y actualmente con una presencia frecuente en los países sureños de este continente y que viaja a las costas Americanas. En la actualidad carece de amenazas importantes a escala global.

### Gaviota cabecigris (Larus cyrocephalus):



Ave de tamaño promedio de 41 cm, posee la cabeza y alas de color gris oscuro, pecho de color blanco, pico y patas de color rojo, con una capucha que cambia de acuerdo al sexo y etapa reproductiva. Vive en zonas pantanosas o humedales, donde normalmente vive en grupos numerosos, alimentándose de peces y crustáceos pequeños, es muy sociable y se las encuentra fácilmente cerca de los puertos pesqueros, por esta razón se la categoriza como de preocupación menor.

### Fragata Magnifica (Fregata magnificens):



Es un ave de gran tamaño (1m) de la familia Fregatidae Suliforme, que tiene marcada diferencia entre sexo y madurez. El macho adulto es de color negro, con pico gris y bolsa gular rosada, que varía a rojo en tiempos de reproducción, sus patas son negras o castañas. Mientras que el pecho de la hembra es blanco, la bolsa gular de color gris que cambia a morado durante los periodos reproductivos, sus patas son negras. Los jóvenes tienen la cabeza y el pecho de color blanco, con picos y patas azules. Se alimenta de peces y muchas veces obliga a otras aves a regurgitar su alimento. Vive en las copas de los arboles pues su tamaño y peso, le dificultan alzar adecuadamente el vuelo. Localizándolas en el Océano Atlántico tropical y en el Pacífico desde México a Ecuador, incluyendo las afamadas Islas Galápagos. Se encuentra como una especie en estado de preocupación menor.

### Garceta Nivea (Egretta thula):



Tiene cuerpo redondo, con patas largas y finas de color negro y amarillo, que le ayudan durante la pesca y que las ayuda a protegerse de cualquier peligro, su cuello tiene forma de S con el pico de color negro puntiagudo. Están radicadas cerca de los cuerpos de agua salobre o salada de poca profundidad, ingiere peces pequeños y crustáceos pequeños. Puede ser encontrada fácilmente en muchos lugares, incluyendo en la costa ecuatoriana. La preocupación por conservar esta especie es menor.

### Garceta tricolor (Egretta tricolor):



Es una especie pelecaniforme, la familia ardeidae, que vive en los humedales al sur de los Estados Unidos hasta las costas del Ecuador y en parte del Perú; tiene una dimensión que va de 56 a 65 cm y pesa 350 gramos. La preocupación por conservar esta especie es menor.

### Garza blanca o real (Ardea alba):



Cuenta con un plumaje de color blanco que no varía en todo el año, excepto en las áreas faciales donde una línea negra recorre desde el pico hasta los ojos, el pico es largo, puntiagudo y de color amarillo, que puede cambiar a un tono rojizo en temporada de apareamiento. Puede ser apreciada durante todo el año alrededor del planeta, a excepción de las regiones árticas.

### Garza nocturna (Nyctanassa violacea):



Habita en ecosistemas lacustres de aguas dulces, salobres o saladas, tales como manglares o en ecosistemas con vegetación alta, se alimenta de crustáceos y mide de entre 51 y 60 cm. Es característico de las américas, pudiéndola ubicar en las costas de este continente; en tiempos actuales, la preocupación por conservar esta especie es mínima.

### **Pato cuervo (Phalacrocorax olivaceus):**



El cormorán o pato cuervo es un pájaro distribuido en todo el continente americano, viven en zonas con presencia de cuerpos de agua, donde se alimenta de peces. El grado de preocupación por salvaguardar esta especie, es baja.

### **Pelícano pardo (Pelicanus occidentalis):**



Es un ave común en las costas de las Américas, en el océano pacífico se asienta desde el Caribe hasta las costas del Ecuador, sociable con los pescadores, y muy fácil de encontrar en los puertos pesqueros, se alimenta de peces, ingiriendo un promedio de 3 a 4 libras. La Birdlife la ubica como una especie con poca preocupación por conservar la especie.

### **Pelícano peruano (Pelicanus thagus):**



Es típico de América del sur, se mantiene en islas rocosas, en el sendero se encuentra cerca del islote El Pelado, tiene similares características que el pelicano pardo, pero se diferencia por ser de mayor tamaño, alcanzando un promedio de 1.5 metros.

### **Bibliografía**

- [http://es.wikipedia.org/wiki/Chroicocephalus\\_cirrocephalus](http://es.wikipedia.org/wiki/Chroicocephalus_cirrocephalus)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Fregata\\_magnificens](http://es.wikipedia.org/wiki/Fregata_magnificens)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Egretta\\_thula](http://es.wikipedia.org/wiki/Egretta_thula)
- <http://damisela.com/zoo/ave/otros/ciconi/ardei/day/tricolor/index.htm>
- <http://damisela.com/zoo/ave/otros/ciconi/ardei/day/alba/index.htm>
- <http://damisela.com/zoo/ave/otros/ciconi/ardei/night/violacea/index.htm>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Phalacrocorax\\_olivaceus](http://es.wikipedia.org/wiki/Phalacrocorax_olivaceus)
- <http://damisela.com/zoo/ave/otros/pelican/pelican/occidentalis/index.htm>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Pelecanus\\_thagus](http://es.wikipedia.org/wiki/Pelecanus_thagus)
- <http://damisela.com/zoo/ave/otros/pelican/pelican/thagus/index.htm>
- <http://www.luontoportti.com/suomi/ets/linnut/gaviota-reidora>

**ANEXO #14: DATOS RECABADOS EN EL LEVANTAMIENTO  
TOPOGRÁFICO**

| <b>PUNTOS</b>          | <b>GRADOS</b> | <b>DISTANCIA EN METROS</b> |
|------------------------|---------------|----------------------------|
| A-B                    | 150           | 72                         |
| B-C                    | 357           | 60                         |
| C-D                    | 11            | 45                         |
| D-E                    | 60            | 65                         |
| E-F                    | 66            | 390                        |
| F-G                    | 12            | 410                        |
| G-H                    | 20            | 410                        |
| H-I                    | 248           | 835                        |
| I-J                    | 5             | 210                        |
| J-K                    | 310           | 404                        |
| K-L                    | 70            | 910                        |
| L-LL                   | 275           | 138                        |
| LL-M                   | 325           | 405                        |
| M-N                    | 7             | 15                         |
| N-Ñ                    | 325           | 28                         |
| Ñ-O                    | 255           | 300                        |
| O-P                    | 35            | 15                         |
| Q-R                    | 91            | 409                        |
| R-RR                   | 347           | 805                        |
| RR-S                   | 340           | 21                         |
| S-T                    | 310           | 62                         |
| T-U                    | 74            | 610                        |
| U-V                    | 30            | 600                        |
| V-X                    | 10            | 320                        |
| <b>EXTENSIÓN TOTAL</b> |               | <b>7539</b>                |

Datos del sendero

| <b>PUNTOS</b> | <b>GRADOS</b> | <b>DISTANCIA EN METROS</b> |
|---------------|---------------|----------------------------|
| A-B           | 40            | 250                        |
| ANCHURA ALTA  | 2             | 100                        |
| ANCHURA BAJA  | 2             | 220                        |
| C-D           | 245           | 250                        |

Datos de la desembocadura del río