

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

Análisis de factibilidad de la rehabilitación y remodelación del
Museo Valdivia

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

Economista

Presentado por:

Ariana Romina Riofrío Salame
Carlos Gregorio Macías Briones

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2021

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico a todos aquellos que me guiaron durante mi etapa académica. A mi madre, padre, hermanos y a mí.

Ariana Romina Riofrío Salame

El presente proyecto lo dedico a Dios por darme las capacidades necesarias para lograr este objetivo. A mis padres, Teresa y Carlos, que han sido mi puerto donde recargo mis energías para seguir siempre hacia adelante.

Carlos Gregorio Macías Briones

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Carlos por su paciencia y profesionalismo. Agradezco a mis compañeros, amigos, colegas laborales y a todos quienes me apoyaron durante mi época universitaria y, especialmente, en este semestre. Sin ustedes no habría llegado tan lejos. Siempre les agradeceré.

Ariana Romina Riofrío Salame

Agradezco a mis abuelos (as), tíos (as), primos (as) y demás familiares por siempre darme ánimos, a -La Incondicional- por darme siempre su mano amiga, a mis compañeros y amigos universitarios que han sido un apoyo en este camino (Z.T.; G.S.; L.C.; A.A.; A.Z.), al -pequeño Wayne- por decirme que toda meta se puede cumplir. Agradezco a Ariana por su perseverancia, responsabilidad y confiar en mí.

Carlos Gregorio Macías Briones

DECLARACIÓN EXPRESA

“Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *Ariana Romina Riofrío Salame* y *Carlos Gregorio Macías Briones* damos nuestro consentimiento para que la ESPOC realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual”



Ariana Romina Riofrío Salame



Carlos Gregorio Macías Briones

EVALUADORES

Mariela Pérez Moncayo, MSc.

PROFESOR DE LA MATERIA

RESUMEN

Ecuador tiene evidencia de la existencia de varias culturas antiguas dentro de su territorio de las cuales una de las más importantes dentro de la historia es la cultura Valdivia, esta le ha dado nombre a una comuna ubicada en la Provincia de Santa Elena y a un Museo Arqueológico que contiene una exposición dedicada a la misma. Lamentablemente, la baja afluencia de visitantes al museo ha afectado negativamente el sector socioeconómico de la comuna amenazando con la pérdida del interés del conocimiento de la cultura Valdivia.

Las instalaciones del Museo Valdivia se han deteriorado por el paso del tiempo, lo que impulsó la rehabilitación y remodelación de este. El estudio de mercado y análisis de la inversión necesaria para realizar los cambios estructurales y organizacionales permitieron determinar la factibilidad del proyecto.

La información recabada para el respectivo análisis se obtuvo de los administradores del museo, una entrevista a un experto en el área arqueológica, una encuesta desarrollada para encontrar preferencias en los turistas y datos económicos que influenciaron en la toma de decisiones.

Haciendo uso de herramientas de análisis descriptivo y financiero se obtuvo evidencia de que existe disposición a visitar el museo durante un viaje turístico y en cualquier mes del año, lo que permitiría obtener los ingresos necesarios para sustentarse económicamente.

Se considera que si se maneja correctamente el flujo turístico que acudiría al museo, el proyecto llega a ser factible, impulsando de esta manera el desarrollo de los sectores aledaños a las instalaciones.

Palabras Clave: Museo Valdivia, Estudio de mercado, Flujo turístico, Factibilidad del proyecto.

ABSTRACT

Ecuador has evidence of the existence of several ancient cultures within its territory of which one of the most important in history is the Valdivia culture, which has given its name to a commune located in the Province of Santa Elena and to an Archaeological Museum that contains an exhibition dedicated to it. Unfortunately, the low influx of visitors to the museum has negatively affected the socioeconomic sector of the commune threatening the loss of interest in the knowledge of the Valdivia culture.

The facilities of the Valdivia Museum have deteriorated over time, which prompted the rehabilitation and remodeling of the museum. The market study and analysis of the investment needed to make the structural and organizational changes made it possible to determine the feasibility of the project.

The information gathered for the respective analysis was obtained from the museum administrators, an interview with an expert in the archaeological field, a survey developed to find tourist preferences and economic data that influenced the decision-making process.

Using descriptive and financial analysis tools, evidence was obtained that there is a willingness to visit the museum during a tourist trip and in any month of the year, which would allow obtaining the necessary income to support themselves economically.

It is considered that if the tourist flow to the museum is correctly managed, the project becomes feasible, thus promoting the development of the surrounding areas.

Keywords: *Valdivia Museum, Market study, Tourist flow, Project feasibility.*

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	I
ABSTRACT	II
ÍNDICE GENERAL.....	III
ABREVIATURAS	V
SIMBOLOGÍA.....	VI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	VII
ÍNDICE DE TABLAS	VIII
CAPÍTULO 1	1
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Descripción del problema	2
1.2 Justificación del problema	3
1.3 Objetivos	3
1.4 Marco teórico	4
CAPÍTULO 2	18
2. METODOLOGÍA	18
2.1 Investigación Cualitativa.....	18
2.2 Investigación Cuantitativa.....	22
2.3 Plan de Diseño Muestral	25
2.4 Plan de Análisis de Datos.....	27
2.5 Análisis de Factibilidad.....	27
CAPÍTULO 3	29
3. RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	29
3.1 Análisis de Entrevista	29
3.2 Análisis de Encuestas	34

3.3	Datos relevantes previo a la proyección del Flujo de Caja.....	41
3.4	Proyección del Flujo de Caja.....	48
3.5	Instrumento de elección del mejor escenario	56
3.6	Elección del mejor escenario.....	57
CAPÍTULO 4		59
4.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	59
4.1	Conclusiones.....	59
4.2	Recomendaciones.....	60
BIBLIOGRAFÍA		61
APÉNDICES		63
APÉNDICE A		63
APÉNDICE B		92

ABREVIATURAS

ESPOL	Escuela Superior Politécnica del Litoral
VAN	Valor Actual Neto
COE	Centro de Operaciones de Emergencia
PEA	Población Económicamente Activa
INEC	Instituto Nacional de Estadística y Censos
MAS	Muestreo Aleatorio Simple
SBU	Salario Básico Unificado
INPC	Instituto Nacional de Patrimonio Cultural

SIMBOLOGÍA

m ²	Metros cuadrados
Km	Kilómetros
Km ²	Kilómetros cuadrados
°C	Grados centígrados

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.1 Organización Social – Comuna Valdivia	6
Gráfico 1.2 Inspección del Museo Valdivia	9
Gráfico 1.3 Centro del Museo Valdivia	9
Gráfico 1.4 Exposición fotográfica de la primera excavación en el Museo Valdivia	10
Gráfico 1.5 Mural en el Museo Valdivia	10
Gráfico 1.6 Exposición de Vestigios en el Museo Valdivia – 1	11
Gráfico 1.7 Exposición de Vestigios en el Museo Valdivia – 2	11
Gráfico 1.8 Exposición cerámica en el Museo Valdivia.....	12
Gráfico 1.9 Mural de entrada al Museo Valdivia	13
Gráfico 1.10 Camino principal al Museo Valdivia.....	13
Gráfico 3.1 Carátula de presentación de entrevista al experto	29
Gráfico 3.2 Visitas por Nacionalidad – Centro Cívico Ciudad Alfaro	31
Gráfico 3.3 Visitas por Nacionalidad – Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.....	32
Gráfico 3.4 Visitas por Género – Centro Cívico Ciudad Alfaro.....	32
Gráfico 3.5 Visitas por Género – Instituto Nacional de Patrimonio Cultural	33
Gráfico 3.6 Visitas por Edad – Centro Cívico Ciudad Alfaro	33
Gráfico 3.7 Visitas por Edad – Instituto Nacional de Patrimonio Cultural	34
Gráfico 3.8 Edad y Género de los encuestados	35
Gráfico 3.9 Nacionalidad de los encuestados.....	35
Gráfico 3.10 Actividades profesionales de los encuestados	36
Gráfico 3.11 Frecuencia y preferencia de compañía en los viajes de los encuestados.	36
Gráfico 3.12 Frecuencia y preferencia en mes de viaje a la provincia de Santa Elena por parte de los encuestados	37
Gráfico 3.13 Visita a un museo arqueológico	38
Gráfico 3.14 Tiempo prudencial para visita de un museo arqueológico	38
Gráfico 3.15 Preferencia para adquisición de tour turísticos.....	39
Gráfico 3.16 Propensión al pago por la entrada al museo arqueológico	39
Gráfico 3.17 Propensión al pago por actividades dentro del museo arqueológico	40
Gráfico 3.18 Iniciativa de volver a visitar el museo arqueológico	40
Gráfico 3.19 Iniciativa de recomendar la visita del museo arqueológico	41

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1 Población Económicamente Activa – Comuna Valdivia	5
Tabla 1.2 Nivel de Ocupación – Comuna Valdivia.....	5
Tabla 1.3 Nivel de Ingresos Mensuales – Comuna Valdivia	6
Tabla 1.4 Red de Museos del Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador.....	15
Tabla 1.5 Museos Arqueológicos Internacionales Destacados	16
Tabla 2.1 Descripción del Instrumento de Recolección de Datos – Entrevista	19
Tabla 2.2 Descripción del Instrumento de Recolección de Datos – Encuesta	22
Tabla 2.3 Datos para cálculo de muestra	26
Tabla 3.1 Convenio con Sector Educativo.....	42
Tabla 3.2 Proyección de Flujo de Turistas.....	43
Tabla 3.3 Plan de Inversión - Propuesta de Turismo	44
Tabla 3.4 Plan de Inversión – Propuesta de Diseño Gráfico	45
Tabla 3.5 Plan de Inversión – Propuesta de Ingeniería Civil	45
Tabla 3.6 Valores de Inversión Inicial Propuestos	45
Tabla 3.7 Proforma de préstamo bancario	46
Tabla 3.8 Gastos recurrentes del proyecto.....	46
Tabla 3.9 Flujo de Caja Mensual – Escenario 1	48
Tabla 3.10 Flujo de Caja – Escenario 1	49
Tabla 3.11 Flujo de Caja Mensual – Escenario 2	50
Tabla 3.12 Flujo de Caja – Escenario 2.....	51
Tabla 3.13 Flujo de Caja Mensual – Escenario 3	52
Tabla 3.14 Flujo de Caja – Escenario 3.....	53
Tabla 3.15 Flujo de Caja Mensual – Escenario 4	54
Tabla 3.16 Flujo de Caja – Escenario 4.....	55
Tabla 3.17 Escenarios de financiamiento	57

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

El historiador griego de filosofía clásica Laercio Diógenes proclamó *"La cultura es un adorno en la prosperidad y un refugio en la adversidad"*, frase de la que se puede inferir que conservar la cultura de un pueblo respalda el crecimiento social y el sentimiento de pertenencia a esta.

El presente trabajo tiene como intención analizar la factibilidad de la remodelación del Museo Valdivia ubicado en la comuna del mismo nombre, perteneciente a la provincia de Santa Elena. Este museo posee una exposición arqueológica de la cultura Valdivia, la cual es una de las más importantes dentro de la historia precolombina ecuatoriana.

La estructura física y económica de este museo en la actualidad no permite que las piezas arqueológicas sean cuidadas de la mejor manera y que la comuna pueda tener en este un eje de su desarrollo socioeconómico. La principal causa de que el museo se encuentre en esta situación es la pandemia causada por el COVID-19 que inició en el mes de marzo del año 2020 (Organización Mundial de la Salud, 2020), haciendo que el total de visitas realizadas a las instalaciones en dicho año solo hayan llegado a un promedio de 80 visitantes, hecho que se planifica cambiar con la remodelación del museo.

Mediante un estudio de mercado, respaldado con una encuesta, se logró comprobar datos proporcionados por el Ministerio de Turismo que indican la iniciativa de los potenciales turistas en visitar la provincia de Santa Elena, donde un 29% de los residentes de esta provincia desean realizar turismo costero ante la nueva normalidad por el COVID-19 (Ministerio de Turismo, 2020). Dichos datos ayudaron a realizar una proyección en el flujo de turistas que visitarían el museo arqueológico durante el primer año luego de su remodelación y la propensión al pago por la entrada al museo junto a la realización de actividades dentro de este.

Evidencias de éxito en el área de exposición arqueológica se obtuvo gracias a una entrevista realizada al Dr. Gerardo Castro Espinoza, director del Centro de Investigación e Interpretación de Hojas-Jaboncillo de la provincia de Manabí, quien dio a conocer detalles de su proyecto que ayudan en el crecimiento de un museo arqueológico proyectando el desarrollo de los sectores aledaños al mismo.

Los costos y gastos para el desarrollo de la rehabilitación y remodelación del museo fueron proporcionados por estudiantes de las carreras de Turismo, Diseño Gráfico e Ingeniería Civil, quienes tuvieron la responsabilidad de proyectar los cambios para el museo en su respectiva área de trabajo con un alcance de 5 años.

Finalmente, se realizó la proyección de flujo de caja para evaluar los posibles escenarios de desarrollo del proyecto, siendo estos analizados mediante el Valor Actual Neto (VAN), se determinó el mejor escenario para que la remodelación sea factible, con lo cual se conocieron las condiciones de inversión y flujo de visitantes recomendadas para el buen término del proyecto.

1.1 Descripción del problema

El museo Valdivia está ubicado en la comuna del mismo nombre perteneciente a la provincia de Santa Elena, a una distancia de 41 Km de la capital provincial y a 158 Km de la ciudad de Guayaquil.

El museo está a cargo de la comunidad local la cual ha mantenido activo el sitio desde su creación, durante los últimos años se ha visto afectado por el deterioro de sus instalaciones provocado por la falta de mantenimiento apropiado, la falta de cuidado de las reliquias, la baja afluencia de visitantes y la competencia que presentan varios atractivos cerca del sector.

La emergencia sanitaria causada por el COVID-19 ha ocasionado que estas problemáticas se acentúen más, puesto que el museo tuvo que cerrar sus puertas a visitantes, por dictamen del Centro de Operaciones de Emergencia Nacional (COE), acción que causó que las deudas que ya tenía el museo se eleven al punto de llegar a ser impagables para sus encargados.

Los ingresos del museo se basan principalmente en las visitas de los turistas nacionales e internacionales, como se indicó anteriormente, estas han disminuidos y han causado que los administradores del museo comiencen a ver números rojos en sus cuentas, por lo cual se requiere de una reestructuración física, financiera y de marketing del museo con la finalidad de lograr una auto sustentación de este y preservar el valor histórico intangible que representa la cultura Valdivia.

1.2 Justificación del problema

El turismo en la comuna Valdivia de la Provincia de Santa Elena ha disminuido considerablemente a partir de la pandemia por el COVID-19, hecho que afecta considerablemente a la comuna puesto que posee como atractivo turístico el Museo Valdivia ubicado dentro de la localidad. El museo permite que la comuna sea conocida a nivel nacional e internacional gracias a las exhibiciones basadas en la cultura precolombina Valdivia, de la cual la comuna toma su nombre finalmente.

Durante mucho tiempo el mantenimiento y cuidado de las piezas arqueológicas dentro del museo ha estado a cargo de la misma comunidad, mediante mingas, colectas y ayudas individuales el museo ha salido a flote desde su creación, pero según lo relatado en el párrafo anterior el COVID-19 ha estancado de manera radical el cuidado del museo, la poca existencia de ayudas individuales y los bajos recursos de la comunidad han hecho que el Museo entre en crisis económica y acarreando deudas desde el 2020.

Las condiciones actuales del museo han llamado la atención de las autoridades estatales y de entidades internacionales interesadas en la preservación de la cultura. Dichas entidades han pedido un análisis de factibilidad de una posible remodelación y reestructuración del museo.

Grupos de trabajo de algunas carreras de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) presentarán sus propuestas económicas de cambios estructurales y de marketing, que siendo evaluadas por la carrera de economía serán entregadas a las entidades interesadas junto a la opción de financiamiento más viable.

El informe final presentado debe ser analizado por las entidades interesadas, que tomarán la decisión final respecto al desarrollo del proyecto con la finalidad de buscar la preservación de la cultura Valdivia cuidada en el museo y del desarrollo socioeconómico de la comuna.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Determinar la factibilidad financiera de la rehabilitación y remodelación del museo Valdivia de la Provincia de Santa Elena.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Estudio de mercado de los servicios del museo.
2. Establecer la estimación del flujo de turistas y del ingreso generado por visitas.

3. Establecer las vías de financiamiento para obtener la inversión inicial para el arranque del proyecto de remodelación.
4. Realizar un análisis financiero de los proyectos de remodelación y rehabilitación propuestos por las demás carreras.
5. Determinar la factibilidad de las opciones de financiamiento presentadas durante el desarrollo del análisis financiero.

1.4 Marco teórico

1.4.1 Antecedentes

Santa Elena es una provincia que se ubica en la costa ecuatoriana conformada por los cantones Santa Elena, Salinas y La Libertad, que poseen un territorio de 3.668,8 Km², 68,7 Km² y 25,3 Km² respectivamente, teniendo un área territorial total de 3.762,8 Km² (Prefectura de Santa Elena, 2009). Es una provincia relativamente joven puesto que el 7 de noviembre del 2007 fue incluida en el Registro Oficial número 206 bajo el mandato del Economista Rafael Correa Delgado, antes de este hecho los cantones que conforman esta provincia formaban parte de la Provincia del Guayas (Prefectura de Santa Elena, 2009).

La provincia es atractiva para propios y extranjeros, que dentro de sus tres cantones encuentran lugares turísticos como Ballenita, Olón, Chipipe, Montañita, Baños de San Vicente, Valdivia, entre otros. La temperatura promedio de la provincia se encuentra entre los 23°C y 25°C, con un mínimo de 15°C y máxima de 39,5°C dependiendo de la temporada del año (Gobernación de Santa Elena, 2021).

El turismo de la provincia se alimenta por vía terrestre desde sus provincias vecinas: Guayas al este y Manabí al norte, por vía aérea mediante los viajes que llegan al Aeropuerto General Ulpiano Páez del cantón Salinas; la provincia al sur y el oeste está limitada por el Océano Pacífico, vía que es usada por los habitantes para ofrecer atractivos en altamar y los islotes de la provincia.

En el ámbito turístico cultural la provincia de Santa Elena se encuentra alimentada por varios atractivos entre ellos se encuentran: el Museo Los Amantes de Sumpa, La Iglesia Matriz, El Tablazo, el Museo Arqueológico Valdivia ubicado en la comuna de similar nombre. (Álvarez, Benavides, Cedeño, & Bricio, 2019)

1.4.2 Información Socioeconómica de Valdivia

Según el Plan de Desarrollo Económico para la Comuna Valdivia (Vera, 2015), la comuna de Valdivia perteneciente a la provincia de Santa Elena, en el paso de la Ruta del Spondylus, cuenta con una población estimada de 4.000 habitantes del cual el 50% es menor de 18 años. La tasa de fecundidad aproximada por hogar es de 4 hijos y un índice de crecimiento anual poblacional de 1,52% según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo.

La Población Económicamente Activa (PEA), cuyas edades se consideran entre 18 a 60 años realizan las siguientes labores:

Tabla 1.1 Población Económicamente Activa – Comuna Valdivia

Población Económicamente Activa	
Población Masculina	
Porcentaje de Población	Actividad Laboral
30%	Eviscerado de pescado
15%	Actividad acuícola
5%	Agronomía
50%	Microempresas de calzado
Población Femenina	
20%	Comercialización de calzado
10%	Eviscerado de pescado
70%	Labores domésticas propias o remuneradas

Fuente: Vera, E. Plan de Desarrollo Económico para la Comuna Valdivia. Santa Elena: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2015.

De los mismos datos se obtuvo el nivel de ocupación de los habitantes de la comuna Valdivia.

Tabla 1.2 Nivel de Ocupación – Comuna Valdivia

Actividad	% Habitantes	Tipo de Actividad
Turismo	40%	Restaurantes, museo, acuario, cevicherías, tiendas de venta de ropa playera.
Artesanía	25%	Elaboración de sombreros de paja toquilla, artesanías en piedra arenisca, concha perla, tagua y papel reciclado.
Pesca	20%	Realización de faenas de pesca por 10 días.
Comercio	10%	Ferreterías, tienda de abastos.
Agricultura	5%	Siembra de tomate, pepino, maíz, limón, entre otros.

Fuente: Vera, E. Plan de Desarrollo Económico para la Comuna Valdivia. Santa Elena: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2015.

Luego de haberse realizado una encuesta a la comuna Valdivia (Vera, 2015), se obtiene la siguiente información de ingresos mensuales:

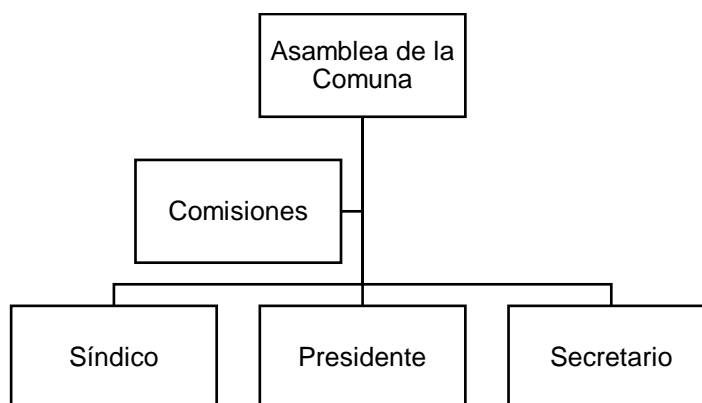
Tabla 1.3 Nivel de Ingresos Mensuales – Comuna Valdivia

Nivel de Ingresos	
Porcentaje de Población	Rango de Ingresos
18%	\$0 - \$80
27%	\$80 - \$160
13%	\$160 - \$240
9%	\$240 - \$320
8%	\$320 - \$400
7%	\$400 en adelante
18%	No recibe ingresos

Fuente: Vera, E. Plan de Desarrollo Económico para la Comuna Valdivia. Santa Elena: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2015.

Al ser Valdivia una comuna, se ha establecido líderes en representación de esta que ejerzan cargos de poder para beneficio de la población. Para ello, se ha determinado la siguiente estructura de Organización Social:

Gráfico 1.1 Organización Social – Comuna Valdivia



Fuente: Vera, E. Plan de Desarrollo Económico para la Comuna Valdivia. Santa Elena: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2015.

Luego de realizar el respectivo análisis a la comuna en general, se procedió a realizar una investigación de campo al Museo Valdivia para obtener las características y problemáticas vigentes que pueden ser mejoradas mediante el proyecto integrador.

1.4.3 Información Primaria

Se desarrolló una investigación de campo en la cual se visitó el Museo Valdivia en la comuna homónima de Santa Elena. Mediante la observación se pudo recoger la siguiente información:

- Museo se encuentra a lado de una propiedad privada que pide USD 40.000,00 por el mismo. Lamentablemente, el museo no cuenta con los recursos para obtener la propiedad. Este terreno abandonado solo empobrece la fachada del museo.
- El edificio posee una infraestructura débil. El piso se encuentra desnivelado y la entrada debe ser mejorada.
- Existe una conexión con la casa comunal pero no se explica adecuadamente. Se necesita señalización que indique el camino o conecte al museo con la casa comunal.
- Poseen sistemas de inventarios, pero no se ha realizado el apropiado mantenimiento de las reliquias encontradas.
- La comunidad se encarga del mantenimiento, limpieza y jardinería del museo.
- Existen circunstancias políticas ya que anualmente se elige al nuevo jefe de la comuna, esto ha llevado a problemas en el entorno.
- Existe contaminación sonora, de animales y del polvo que se alza al pasar autos y motos a lado del museo donde la carretera se encuentra sin pavimentar.
- Posee espacios disponibles que proporcionan posibilidad de reubicación o remodelación del interior del museo para hacer que este sea más atractivo para los turistas.
- Se necesita información contable para conocer la situación financiera del museo. Existe sesgo de información debido a que esta pasa a manos del jefe de comuna y este cambia anualmente. Existen facturas desde el año 2018, pero estas se encuentran incompletas. Además, falta un reporte de ingresos del museo.
- Poseen una deuda de agua potable de aproximadamente \$75, la cual ha generado orden de corte. Este valor para la administración del museo es difícil de manejar.

- La energía eléctrica se paga mediante mingas de la comunidad, estas no cubren todos los servicios básicos.
- El servicio de internet se recibe por responsabilidad social de una de las empresas de telecomunicaciones, es decir, es un servicio no pagado. Aun así, existen indicios de querer obtener réditos por parte de la empresa. El museo brinda ayuda a los jóvenes de la comuna al compartir el servicio de internet para que puedan conectarse a clases.
- Se considera competencia al Acuario Valdivia que se encuentra a 1 Km vía a Olón.
- El museo carece de señaléticas y promocionales en el camino Guayaquil-Valdivia.
- Según un análisis realizado por el administrador Alexander Viveros, la mayor afluencia de visitantes son de la región Sierra, por lo que se nota un crecimiento de ingresos en la época de vacaciones del ciclo Sierra.
- Hace falta equipos de computación para optimizar el registro de visitantes, de esta forma se provee mejor información del historial de visitas, ingresos, egresos y demás registros necesarios.

1.4.4 Documentación fotográfica

Gráfico 1.2 Inspección del Museo Valdivia



Gráfico 1.3 Centro del Museo Valdivia



Gráfico 1.4 Exposición fotográfica de la primera excavación en el Museo Valdivia



Gráfico 1.5 Mural en el Museo Valdivia



Gráfico 1.6 Exposición de Vestigios en el Museo Valdivia – 1



Gráfico 1.7 Exposición de Vestigios en el Museo Valdivia – 2



Fuente: Captura propia (15-oct-2021)

Gráfico 1.8 Exposición cerámica en el Museo Valdivia



Fuente: Captura propia (15-oct-2021)

Gráfico 1.9 Mural de entrada al Museo Valdivia



Gráfico 1.10 Camino principal al Museo Valdivia



1.4.5 Contribución del turismo en el Ecuador

El área turística en el Ecuador representa una de las principales fuentes de ingresos no petroleros para el país, durante el 2020 aportó \$705 millones de dólares teniendo un decrecimiento del 69,09% por motivo del COVID-19, respecto al 2019.

Por la misma pandemia existió una reducción en la llegada de extranjeros durante el 2020, mientras que en el 2019 hubo 1,53 millones de visitantes extranjeros, en el 2020 hubo 0,46 millones de extranjeros visitando el país, siendo una disminución del 70%. (Banco Central del Ecuador, 2021)

El turismo interno también sintió una reducción debido a las disposiciones del COE; este al finalizar el año representó una contribución de \$153 miles de millones de dólares, mientras que el mismo sector en el año 2019 representó \$413 miles de millones de dólares.

1.4.6 Cultura y Museos del Ecuador

Dada la importancia del turismo para la economía nacional, el gobierno emprende campañas para la reactivación, luego de que la pandemia por COVID-19 haya afectado sectores en el área de Turismo y Recreación. (Ministerio de Turismo, 2020)

1.4.6.1 Turismo de Exhibiciones y museo en Ecuador

El Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador es el ente encargado de precautelar, fortalecer y promocionar la identidad Nacional y la Interculturalidad ejerciendo políticas públicas culturales que favorezcan la integración simbólica del Ecuador.

Bajo esta perspectiva el ministerio administra un total de 15 museos repartidos en 11 ciudades del país, con un aproximado de 700.000 piezas culturales que expresan historia, formas de vida, religiosidad, y demás características de nuestros pueblos y nacionalidades, que son conocidas mediante el turismo que se ejerce en estas ciudades.

Fuera de los dominios del ministerio existen exhibiciones administradas por los gobiernos seccionales, entes privados o por comunas como es el caso del Museo Valdivia, el cual no se encuentra dentro de la red de museos del Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador. El listado de museos dentro de la red comprende:

Tabla 1.4 Red de Museos del Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador

Museo	Provincia	Ciudad	Temática	Administración
Museo Nacional Quito	Pichincha	Quito	Exhibiciones varias	Pública
Museo Camilo Egas	Pichincha	Quito	Museo de Arte	Público
Museo Regional de Arqueología	Esmeraldas	Esmeraldas	Museo Arqueológico	Público
Museo y Centro Cultural de Ibarra	Imbabura	Ibarra	Museo de Arte	Público
Casa Museo de Riobamba	Chimborazo	Riobamba	Museo de Arte	Público
Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo	Guayas	Guayaquil	Museo de Arte y Cultura	Público
Museo Nahim Isaías	Guayas	Guayaquil	Museo de Arte Colonial y arqueología	Público
Museo Presley Norton	Guayas	Guayaquil	Edificio patrimonial, exhibición de desarrollo de cerámica	Público
Museo Los Amantes de Sumpa	Santa Elena	Santa Elena	Museo de Artesanías, Arqueología y Antropología	Público
Museo Centro Cultural de Manta	Manabí	Manta	Museo de Antropología y Cultura	Público
Museo Bahía de Caráquez	Manabí	Bahía de Caráquez	Museo de Arqueología	Público - Privado
Museo Portoviejo y Archivo Histórico	Manabí	Portoviejo	Museo Histórico y Arqueológico	Público
Museo y Parque Arqueológico Pumapungo	Azuay	Cuenca	Parque Arqueológico	Público – Privado
Museo Puerta de la Ciudad	Loja	Loja	Museo de Arte	Público

Complejo Cultural Fábrica	Imbabura	Antonio Ante	Museo Textil	Público
Museo de la Ciudad	Quito	Pichincha	Museo de Historia	Privada
Museo del Carmen Alto	Quito	Pichincha	Museo de Arte	Privada
Yaku Museo del Agua	Quito	Pichincha	Museo moderno del agua	Privada
Museo Interactivo de Ciencia	Quito	Pichincha	Museo científico	Privada
Centro de Arte Contemporáneo Quito	Quito	Pichincha	Museo de Arte	Privada
Museo Municipal de Guayaquil	Guayaquil	Guayas	Museo histórico y arqueológico	Privado
Museo Miniatura Guayaquil	Guayaquil	Guayas	Museo de Historia y Arte	Privado
Museo Municipal de Historia en Arcilla María Eugenia	Guayaquil	Guayas	Museo de Historia	Privado

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo del Ecuador

De igual manera existen en varias ciudades del país más exhibiciones y museos administrados por diversas entidades y para hacer un recorrido dentro de ellos hay que pagar un valor monetario. (El Universo, 2017)

1.4.7 Administración de entes culturales turísticos.

En el ámbito nacional la administración de un museo arqueológico puede darse de manera pública (Museo Los Amantes de Sumpa), o de manera privada (Museo Valdivia), depende de las políticas o acuerdos de los sectores el recorrido en estos museos puede ser gratuito o pagado.

Internacionalmente los museos arqueológicos son administrados por entes público o privados, regularmente poseen un valor monetario para poder realizar un recorrido dentro de sus respectivas instalaciones, entre los principales museos arqueológicos a nivel mundial se encuentran:

Tabla 1.5 Museos Arqueológicos Internacionales Destacados

Museo	País	Temática	Administración
Museo Arqueológico Nacional	España	Museo dedicado a la arqueología desde la Prehistoria	Público
British Museum	Reino Unido	Campos diversos	Público

Museo Nacional de Arqueología de Dublín	Irlanda	Arqueología desde Mesolítico hasta Irlanda Medieval	Público
Museo Arqueológico de Estambul	Turquía	Arqueológico	Público
Museo Egipto	Egipto	Museo de Historia	Privado
Museo Chileno de Arte Precolombino	Chile	Arte precolombino	Público
Museo Regional de Ica	Perú	Arqueológico dedicado a la cultura paracas	Público

Fuente: Elaboración propia

Estos dos últimos museos son latinoamericanos, el chileno tiene administración privada mientras que el peruano tiene administración pública, pero los dos coinciden que para hacer el recorrido dentro de sus instalaciones se debe pagar un precio. Con lo cual se puede inferir que un museo con administración privada o pública debe ser gestionado mediante pago para poder tener ingresos suficientes que ayuden a mantener sus piezas arqueológicas, a menos que haya un tipo de autofinanciación que pueda solventar todos los gastos del museo, sin espera de un lucro.

1.4.8 Concepto estudio de mercado, estudio de factibilidad

Un estudio de mercado se realiza para analizar y observar el sector turístico, a partir de este realizar inferencias sobre el efecto de los cambios propuestos en la ejecución del proyecto.

El estudio de mercado es la recopilación y análisis de antecedentes que permiten determinar la conveniencia o no de ofrecer un bien o servicio para atender una necesidad, además es conveniente tener una noción amplia del mercado incluyendo todo el entorno que rodeará a la empresa: consumidores, usuarios, proveedores, competidores y limitaciones de tipo político, legal, económico o social. (Miranda, 2003)

Además, se realiza un estudio de factibilidad en el cual se determina si el proyecto a emprender tendrá un resultado favorable o desfavorable para los interesados en el mismo. Este estudio se hace al tener todos los cambios del proyecto con su respectivo costo, además de analizar la proyección de ingreso basado en el marco lógico, estudio de mercado, estudio técnico administrativo, económico, evaluación económica financiera y las conclusiones. (Silva, Medina, Jiménez, & Sarzosa, 2007)

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

2.1 Investigación Cualitativa

Considerando que el Museo Valdivia es administrado por la comunidad del mismo nombre; este estudio busca determinar si el Museo puede autofinanciarse a mediano y largo plazo; para lo cual se hace un estudio de mercado el cual permite analizar y observar el sector turístico para al cabo de este poder inferir si el museo tendrá una buena aceptación con los cambios que se proponen. (Quiroa, 2020)

Además del estudio de mercado se debe hacer un estudio de factibilidad, el cual permite saber si el proyecto a emprender tendrá un resultado favorable o desfavorable para los interesados en el mismo, este estudio se hace al tener todos proyectos de cambios con su respectivo costo, además de analizar la proyección de ingreso basado en el estudio de mercado y además teniendo en cuenta posibles inversores. (Galán, 2015)

2.1.1 Descripción de la Investigación Exploratoria

La investigación exploratoria se considera como el paso base para cualquier proceso investigativo ya que provee la información necesaria que antecede a una investigación descriptiva, de la cual, la información obtenida será la base para la investigación correlacional y, asimismo, a la explicativa. (Zafra, 2006).

"...los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes..." (Sampieri, 2006)

La razón por la cual se ha elegido este tipo de investigación es debido a que existe una falta de recursos para profundizar el alcance de análisis del museo. Esto sumado a que el cabildo a cargo de la comunidad junto a la administración del establecimiento tiende a cambiar anualmente, por lo que no permite emprender estrategias de posicionamiento del museo y una correcta gestión administrativa y financiera. Además, al ser un tema específico del área arqueológico, es necesaria la recomendación de un experto al intentar transformar una zona de excavación en un área de recreación y turismo.

2.1.2 Descripción del Instrumento de Recolección de Datos

Para realizar la investigación exploratoria, se ha definido como instrumento a utilizar a la Entrevista. Este método de recolección de datos cualitativos entablados durante una conversación se ha definido como *“la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto”* (Canales Cerón, 2006). Gracias a que se realiza a expertos con la experiencia necesaria para ser aplicada como referencia para el proyecto general multidisciplinario, puede incluso guiarnos con información más completa.

La persona elegida para esta entrevista es el Dr. Gerardo Castro quien es el director del Centro de Investigaciones e Interpretación del Parque Arqueológico “Hojas-Jaboncillo”.

El objetivo principal de esta entrevista es la recolección de información con respecto al proceso para convertir una zona arqueológica en un parque con esta temática. Debido a que se desea enfocar en el proceso legal, financiero y estructural (físico y organizacional) junto a su experiencia con respecto al proyecto Parque arqueológico “Hojas-Jaboncillo”, se decidió realizar una entrevista semiestructurada en la cual existe un mayor grado de flexibilidad en comparación a entrevistas enfocadas o completamente estructuradas ya que permite al entrevistado adaptarse y motivarse adecuadamente para aclarar dudas o consultas e incluso recomendaciones con el proyecto de Museo Valdivia.

Tabla 2.1 Descripción del Instrumento de Recolección de Datos – Entrevista

Sección	Necesidad de Información	Preguntas para la Entrevista
Sección 1: Información del Entrevistado	<ol style="list-style-type: none">1. Recopilar los datos que establezcan la conexión entre la persona entrevistada y el caso de éxito Parque Arqueológico “Hojas-Jaboncillo”2. Conocer sus credenciales y experiencia en el campo tanto arqueológico como en proyectos y educación.	<ul style="list-style-type: none">• Podría indicarme: ¿Cuál es su nombre? y ¿Cuál es su carrera?• ¿Cuál es su cargo o responsabilidad en el Museo?

Sección	Necesidad de Información	Preguntas para la Entrevista
<p align="center">Sección 2: Información sobre Parque Arqueológico “Hojas-Jaboncillo”</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se requiere la información para identificar las características de la zona arqueológica. 2. Recolectar un análisis que provea una guía para identificar el perfil de clientes posibles para el proyecto. 3. Considerar las actividades que atraigan a los visitantes. 4. Obtener información como referencia para el planteamiento de posibles opciones. 5. Conocer los medios y procesos de financiamiento e inversión para un proyecto de reestructuración. 6. Identificar criterios de factibilidad social y económica para el museo. 7. Identificar obstáculos en la actualidad, considerando al COVID-19 y su impacto en la economía, sobre todo en el sector turístico. 	<p>Información General</p> <ul style="list-style-type: none"> • El parque arqueológico “Hojas de Jaboncillo”: ¿Cómo nació? • ¿Qué diferencia a un parque arqueológico de un museo arqueológico? <p>Visitantes (Información Sociodemográfica)</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿A qué público se encuentra dirigido? • ¿Qué considera usted que hace atractivo al parque para turistas nacionales y extranjeros? • ¿Cuál considera usted es el perfil de los turistas o visitantes que llegan al parque arqueológico? (edad, género, región) <p>Actividades</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué actividades el turista puede realizar dentro del parque arqueológico? • ¿Cuánto tiempo promedio gasta un visitante en realizar las actividades turísticas o visitas al Parque Arqueológico? • ¿De qué manera un museo arqueológico puede tener incidencia cultural y económica en sus comunidades aledañas? • ¿Usted considera que las visitas al parque (o museos arqueológicos) son planificadas o son turistas ocasionales? (se enteran del museo y tienen tiempo para la visita)

Sección	Necesidad de Información	Preguntas para la Entrevista
		<p>Financiamiento y Reestructuración</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál fue el medio por el que se consiguió la inversión inicial para el proyecto “Hojas de Jaboncillo”? • ¿De qué manera se sustenta financieramente el parque arqueológico? • ¿Se realizó algún cambio significativo para incentivar o promocionar la atención de visitantes y turistas? <p>Factibilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué características debe cumplir un proyecto arqueológico para que este sea viable? • ¿Cuáles son los obstáculos más prominentes en la actualidad para el manejo y conservación de museos en general y en el de “Hojas-Jaboncillo”? • Frente a la actual pandemia de COVID-19, ¿Qué actividades considera usted primordiales para mantener cultural y financieramente un proyecto como el suyo? • ¿Cuál cree usted que va a ser el futuro del Parque Arqueológico y cuáles pueden ser las posibles innovaciones o actividades por ofrecer a futuro?

Fuente: Elaboración propia

2.2 Investigación Cuantitativa

2.2.1 Descripción de la Investigación Concluyente

La investigación concluyente está destinada a obtener datos útiles que ayuden a llegar a conclusiones para una correcta toma de decisiones, en el actual caso ayudó a establecer un estudio de mercado de actividades del museo, además del flujo de turistas con potencial ingreso económico para el museo.

El instrumento de recolección de datos se construyó con la finalidad de ser desarrollado de forma autoadministrada¹, vía online. La información obtenida se levantó desde el 10 de diciembre hasta 22 de diciembre del año 2021.

La herramienta digital de recolección de datos fue Microsoft Forms, con lo cual se obtuvo un mejor desarrollo para el encuestado y a la vez permitió una facilidad en el análisis final de los datos. Durante el periodo expuesto se validaron un total de 390 encuestas con las cuales realizó el análisis de datos, estas encuestas fueron representativas para las conclusiones, detalle que se explicará más adelante.

2.2.2 Descripción del Instrumento de Recolección de Datos

Tabla 2.2 Descripción del Instrumento de Recolección de Datos – Encuesta

Sección	Necesidad de Información	Preguntas para la Encuesta
Sección 1: Frecuencia de viajes y visitas a un museo	<ol style="list-style-type: none">1. Cantidad de veces que las personas viajan por hacer turismo.2. Mes del año en que se realiza mayor cantidad de viajes por turismo.3. Determinar cantidad de personas viajan por hacer turismo a la península de Santa Elena.4. Cantidad de ocasiones que las personas visitan un museo de la península.	<ul style="list-style-type: none">• ¿Cuántas veces al año usted realiza viajes para ejercer turismo en el país?• ¿Con quién viaja usualmente cuando hace turismo?• Edad de los niños• ¿En qué época del año usted realiza la mayor cantidad de viajes de turismo en Ecuador?• En base a sus respuestas anteriores ¿En el año cuantas veces usted visita la península de Santa Elena por hacer turismo?

¹ Se considera encuesta autoadministrada aquella que es completada por el encuestado, sin la necesidad de un encuestador. (QuestionPro, s.f.)

Sección	Necesidad de Información	Preguntas para la Encuesta
	5. Tiempo que las personas consideran prudencial para una visita a un museo.	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Usted tiene interés en visitar museos cuando realiza viajes turísticos? • ¿Cuál es el motivo por el cual no visita frecuentemente museos arqueológicos? • ¿Ha visitado algún museo cuando ha hecho viajes por turismo? • ¿Cuál sería el tiempo prudente para realizar una visita a un museo?
<p align="center">Sección 2: Necesidades y preferencias del turista</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Necesidad de visita guiada al museo. 2. Propensión al pago por la visita del museo. 3. Identificar si recomendase o no la visita a un museo. 4. Características esperadas por el turista. 5. Identificar si el turista es atraído por promociones o convenios con otros museos. 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿De qué forma organiza su viaje cuando usted visita la península de Santa Elena u otro destino turístico? • ¿Qué le motivaría a visitar un museo arqueológico? • Indique qué otra opción le motivaría visitar un museo arqueológico. • ¿Cuál es la característica que usted busca al visitar un museo arqueológico? • ¿Cuál otra característica usted busca al visitar un museo arqueológico? • Escoja dos actividades que desearía realizar dentro de un museo arqueológico. • ¿Qué otra actividad le gustaría realizar dentro de un museo arqueológico? • ¿Qué servicios complementarios le gustaría que se ofreciera en un museo arqueológico?

Sección	Necesidad de Información	Preguntas para la Encuesta
		<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué otro servicio complementario le gustaría que se ofrezca en un museo arqueológico? • ¿Usted estaría dispuesto a adquirir un tour para recorrer museos en la provincia de Santa Elena? • ¿Qué tipo de souvenir estaría interesado en adquirir en un museo arqueológico? • ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por visitar un museo arqueológico? • ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por realizar actividades dentro de un museo arqueológico? • ¿Qué medios de comunicación inciden en su toma de decisiones para visitar sitios culturales? • Indique: ¿Cuáles redes sociales inciden en su toma de decisiones para visitar sitios culturales? • ¿Usted volvería a visitar un museo arqueológico si este fue de su agrado? • ¿Usted recomendaría la visita a un museo arqueológico si este fue de su agrado?
<p align="center">Sección 3: Información del usuario</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Datos de identificación de los usuarios. 2. Características demográficas. 3. Estado civil. 4. Nivel educativo. 5. Cantidad de hijos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nacionalidad. • Procedencia. • Genero. • Edad. • Nivel de educación.

Sección	Necesidad de Información	Preguntas para la Encuesta
	6. Medio de movilización.	<ul style="list-style-type: none"> • Estado civil. • Actividad profesional. • ¿Cuántos hijos tiene usted? • Cuando realiza turismo, ¿Cuál es su medio de movilización?

Fuente: Elaboración propia

La presentación textual de la encuesta se encuentra dentro en el *Apéndice B* de este documento.

2.3 Plan de Diseño Muestral

2.3.1 Definir la población meta

Para la definición de la población meta se reconoció que por la situación actual de emergencia por COVID-19 no se pudo realizar a gran escala una investigación de mercado. Se tuvo como mejor opción realizar una encuesta online para lo cual se define como supuesto más conveniente:

Elemento y Unidad de muestreo: Hombres o mujeres que realicen o hayan realizado viajes por turismo a la provincia de Santa Elena, mayores de edad, con capacidad de movilización para ejercer turismo.

Extensión: Guayaquil, que según el Instituto Nacional de Estadística y Censos esperaba en el 2020 tener una población aproximada de 2,7 millones de personas. (INEC, 2013)

Tiempo: 2021.

2.3.2 Determinar el marco muestral

Para esta investigación no se posee una base de datos de personas que hayan hecho turismo a la provincia de Santa Elena, con este fin se aplicó una encuesta libre de filtro, pero dentro de la misma se analiza si la persona ha visitado o no la provincia de Santa Elena y si ha hecho turismo a museos arqueológicos.

2.3.3 Selección de la técnica de muestreo

Con la finalidad que las inferencias sean válidas para la población seleccionada, la muestra debe ser representativa para que los resultados sean significativos reduciendo errores de muestreo y sesgos de selección. El muestreo no probabilístico es la mejor técnica para obtener una muestra representativa ya que se conoce a quien se desea realizar el estudio de mercado.

2.3.4 Determinación del tamaño de la muestra

El muestreo no probabilístico no permite hacer uso de manera estricta los conceptos de error muestral y tamaño de la muestra que no permita tener errores, por lo que para encontrar el tamaño de muestra representativa se hizo uso de un Muestreo Aleatorio Simple (MAS) para saber cuántas encuestas deben realizarse para que los resultados sean significativos.

Calculamos el tamaño de la muestra mediante un muestreo aleatorio simple, haciendo uso de los siguientes datos:

Tabla 2.3 Datos para cálculo de muestra

Dato	Valoración	Precisión
Población	$N = 2.723.665$	Supuesto para hacer válida la encuesta.
Error de muestreo	$Pr = 0.05$	Permite aumentar la representatividad de la muestra.
Nivel de confianza	$\alpha = 95\%$	
Porcentaje de ocurrencia de suceso	$\hat{P} = \hat{Q} = 0.5$	

Fuente: Elaboración propia

Con estos datos se procede a obtener el tamaño de la muestra mediante la fórmula de muestreo aleatorio simple, ver ecuación 2,1:

$$n = \left[\frac{Z_{1-\frac{\alpha}{2}}}{Pr} \right]^2 * \hat{P}\hat{Q} \quad (2,1)$$

En la que reemplazando los valores se obtiene:

$$\begin{aligned} n &= \left[\frac{1.96}{0.05} \right]^2 * 0.5 * 0.5 \\ n &= 384.16 \\ n &\approx 384 \end{aligned}$$

Por lo que, si queremos una muestra representativa y los resultados significativos debemos obtener un total de 384 individuos encuestados bajo el supuesto de una población cercana a la de la ciudad de Guayaquil.

2.4 Plan de Análisis de Datos

Para el análisis de datos se tomó en cuenta los objetivos a lograr para este proceso: establecer un análisis de mercado de las actividades del museo y determinar un flujo de turistas con los posibles ingresos económicos del museo.

Los principales instrumentos utilizados fueron:

- Histograma de Frecuencia.
- Diagrama de Pastel.
- Análisis Univariado.
- Análisis Bivariado.

Es de notar que los análisis que se hicieron fueron de estilo descriptivo y serán presentados en el capítulo de resultados y análisis, a partir de estos resultados se obtendrán algunas conclusiones y recomendaciones.

2.5 Análisis de Factibilidad

El análisis de factibilidad es un proceso necesario al momento de emprender un proyecto ya que este nos permite entender la naturaleza de este al entender si este tendrá resultados favorables o no desde el punto de vista financiero, además de que nos facilita la identificación de las condiciones necesarias para que el proyecto sea un caso de éxito. La factibilidad se puede definir como el grado de probabilidad de que un proyecto se efectúe con resultados beneficiosos. (Luna & Chavez, 2001)

Para esta sección, se toman las propuestas de los proyectos definidos por las carreras de Ingeniería Civil, Turismo y Diseño Gráfico y se realiza una evaluación económica que cuantifica los criterios de factibilidad de estas opciones. Para ello, se establecen los criterios de análisis de los siguientes objetivos:

- Reestructuración de edificio del Museo Valdivia.
- Rescatar la esencia, identidad y orígenes de la comunidad.
- Plan de Marketing del Museo.
- Branding social del Museo Valdivia.

2.5.1 Criterios del análisis

Ante la problemática observada en este proyecto, se determinó que es necesario realizar un análisis financiero en el cual se realiza la valorización de las posibilidades de viabilidad económica de este. Junto a esta información, se establecieron las alternativas con las cuales se puede lograr que el Museo Valdivia obtenga la inversión que necesita

para su reactivación y reestructuración, además de lograr autofinanciarse adecuadamente para actividades futuras.

Para este análisis, se requirió de la información y proyección para las soluciones propuestas por las carreras en torno a su especialización. Cada carrera entregó las cotizaciones correspondientes en las cuales registran los costos. Se realizó la respectiva revisión y se utilizó esta información como pieza clave para el análisis de factibilidad. Se determinó que el indicador a utilizarse para comprobar la efectividad del proyecto es una proyección de flujo de caja a mediano y largo plazo, siendo esta validada por el VAN.

Las propuestas por parte de las carreras incluyen un plan de marketing basado en la información y análisis de datos recolectados por la carrera de Turismo en la cual incluyen actividades para fomentar el interés en los turistas de la provincia de Santa Elena y visitar el museo. Entre estos programas se encuentran la creación de productos turísticos, ampliación del mercado, implementación de proyectos para impulsar la economía del sector y promoción de imagen definida del museo Valdivia, del cual forma parte la carrera de Diseño Gráfico al colaborar en la definición, su distribución y exposición de la identidad gráfica de la Cultura Valdivia reflejada en la temática del museo. La carrera de Ingeniería Civil, por su parte se encarga del proceso de reestructuración del edificio principal en el cual se encuentra el museo dándole mayor uso al espacio disponible mejorando el ambiente tanto en su base como diseño.

Para analizar la viabilidad de estas propuestas, se utilizaron las cotizaciones e información financiera recolectada y se estimó un valor aproximado de inversión. Las opciones de financiamiento que fueron exploradas son préstamo bancario, préstamo institucional, convenio para turismo escolar entre Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador y el Ministerio de Educación, fundaciones e ingresos por donaciones. Los ingresos que fueron proyectados se definieron como Ingresos por ventas de tiques al cobrar el ingreso a las instalaciones por parte de turistas, Ingreso por ventas de tiques mediante convenio promoviendo el turismo escolar a zonas arqueológicas e Ingresos por donaciones de entidades con interés sociocultural.

CAPÍTULO 3

3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Para el análisis de los resultados, se ha separado a cada instrumento de recolección de datos y análisis para su interpretación independiente y luego se realizó un análisis conjunto en el cual se determinan los resultados finales de la investigación.

3.1 Análisis de Entrevista

La persona entrevistada fue el Arqueólogo Gerardo Castro, quien posee una amplia experiencia en la arqueología y actualmente se desempeña como director de Centro de Investigación e Interpretación de Hojas-Jaboncillo del parque Arqueológico del mismo nombre, ubicado en la parroquia Picoazá de Portoviejo-Manabí. Gracias a su desempeño y experiencia en el caso de éxito antes descrito, se le pidió su colaboración al comentarnos su experiencia en el desarrollo y mantenimiento de este parque arqueológico. La entrevista se realizó mediante dos sesiones de una hora cada una en la cual los puntos a destacar son la información estadística recolectada por esta institución, la visión al crear este proyecto, el perfil sociodemográfico de los visitantes, las actividades que impulsan el interés en el turismo, las opciones de financiamiento que llevaron a cabo que este proyecto se ejecute y su consideración para resolver si un proyecto de museo arqueológico es viable. El detalle de esta entrevista junto a la presentación realizada se encuentra en el *Apéndice A*.

3.1.1 Presentación de Entrevista

Gráfico 3.1 Carátula de presentación de entrevista al experto



Fuente: Elaboración propia

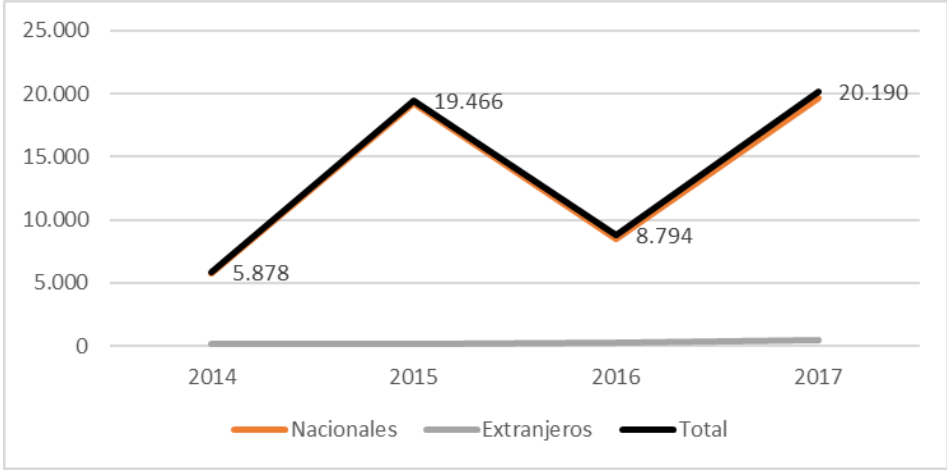
3.1.2 Resultado de Entrevista

En base de la información proporcionada por el Dr. Gerardo Castro, logramos encontrar las siguientes observaciones:

- La entrada al Parque Arqueológico es gratuita. Existen convenios entre el Ministerio de Cultura y el Ministerio de Educación para implementar el turismo escolar el cual genera mayor cantidad de visitas parque.
- Debido a la naturaleza de los museos, es difícil que este se autofinancie mediante entradas o actividades, aún más considerando la tendencia de no cobrar entradas a museos. Aunque estos beneficien al atractivo del negocio, no logra por sí solo conseguir el medio para cubrir los gastos, especialmente de personas capacitadas en el ámbito arqueológico que tomen cuidado y mantenimiento de las piezas exhibidas.
- El mayor ingreso que obtiene un museo proviene de las entidades gubernamentales que lo gestionan, seguido de fundaciones locales y por ventas de entradas, aunque este último no es el caso en la mayoría de los museos. Muchos de ellos no cobran entrada a sus exhibiciones, por lo cual dependen mayormente de un patrocinador, de una institución pública o de ambos.
- La cultura Valdivia está respaldada por el Ministerio de Cultura y Patrimonio mediante el polígono de protección patrimonial que incluye la zona de la Comunidad Valdivia. Esto se confirma en base al Artículo 3, Numeral 7 y 225 de la Constitución de la República del Ecuador que se expresa en el Acuerdo Ministerial No. DM-2020-063. (Velasco, 2020)
- Para establecer el proyecto del Parque Arqueológico, fue necesario realizar 6 años de investigación con respecto a la zona en la que se encuentran los vestigios arqueológicos.
- Al realizar mejoras al museo y promover el interés de visitas, también promueve la economía de sectores cercanos, aumentando las ventas de las comunidades que se encuentran en los alrededores.
- La investigación y preservación de la cultura está respaldada por políticas públicas que se indican en la Constitución de Montecristi. Destacando el cuidado de sitios arqueológicos mediante una red nacional.

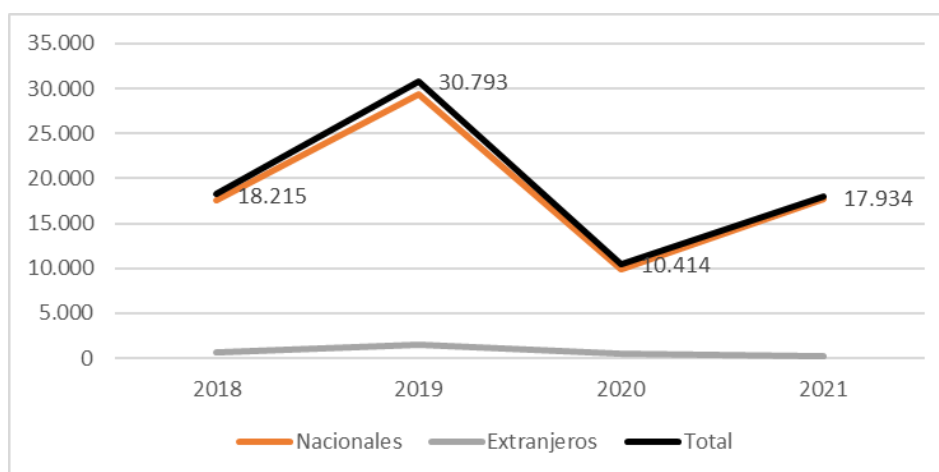
La información que obtuvimos mediante la entrevista es respalda estadísticamente gracias a gráficos que se obtienen a partir de datos recolectados por el Centro de Investigación e Interpretación de Hojas-Jaboncillo desde el 2014 hasta la actualidad, tiempo durante el cual el Parque Arqueológico tuvo dos administraciones. Durante sus inicios, es decir entre el 2014 al 2017, este rol fue llevado a cabo por el Centro Cívico Ciudad Alfaro, a partir del 2018, al ser este complejo arqueológico denominado Patrimonio Cultural del Ecuador, el Ministerio de Cultura y Patrimonio tomó el mando tanto administrativo como financiero. En los gráficos siguientes observamos el total de visitantes al parque, segmentados por nacionalidad, género y edades, realizando una comparación en base a la afluencia de visitantes durante las dos administraciones y finalmente mostrando un histórico de la afluencia de visitantes al Parque Arqueológico.

Gráfico 3.2 Visitas por Nacionalidad – Centro Cívico Ciudad Alfaro



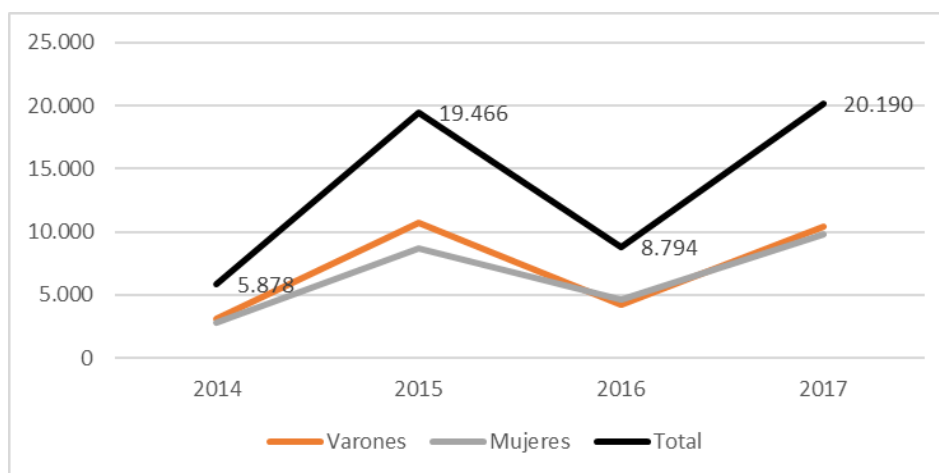
Fuente: Pita, D. Informe de Visitantes "Hojas-Jaboncillo". Portoviejo: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2021.

Gráfico 3.3 Visitas por Nacionalidad – Instituto Nacional de Patrimonio Cultural



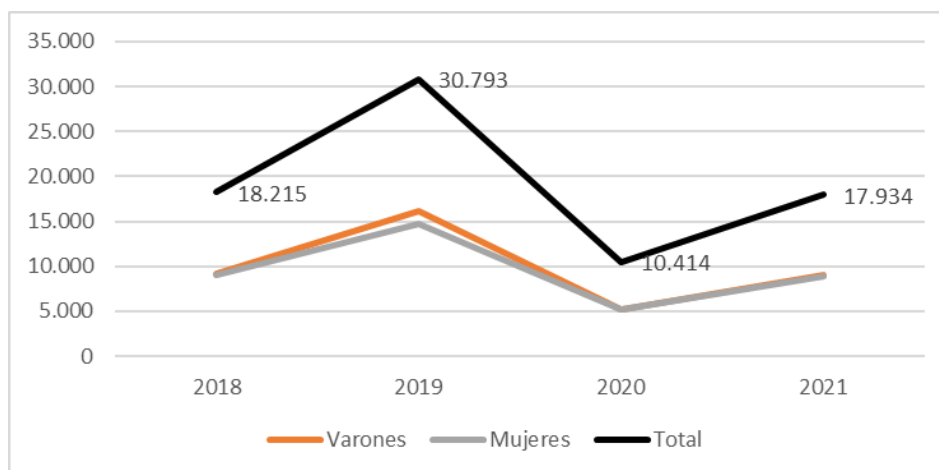
Fuente: Pita, D. Informe de Visitantes "Hojas-Jaboncillo". Portoviejo: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2021.

Gráfico 3.4 Visitas por Género – Centro Cívico Ciudad Alfaro



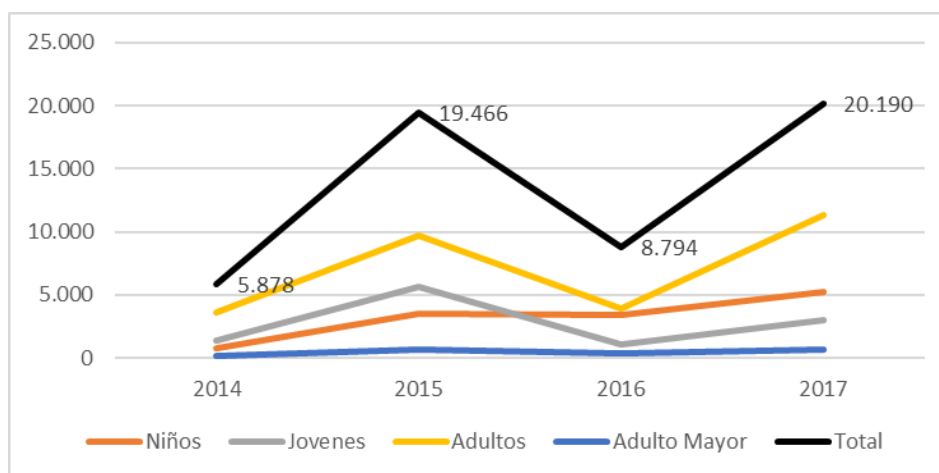
Fuente: Pita, D. Informe de Visitantes "Hojas-Jaboncillo". Portoviejo: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2021.

Gráfico 3.5 Visitas por Género – Instituto Nacional de Patrimonio Cultural



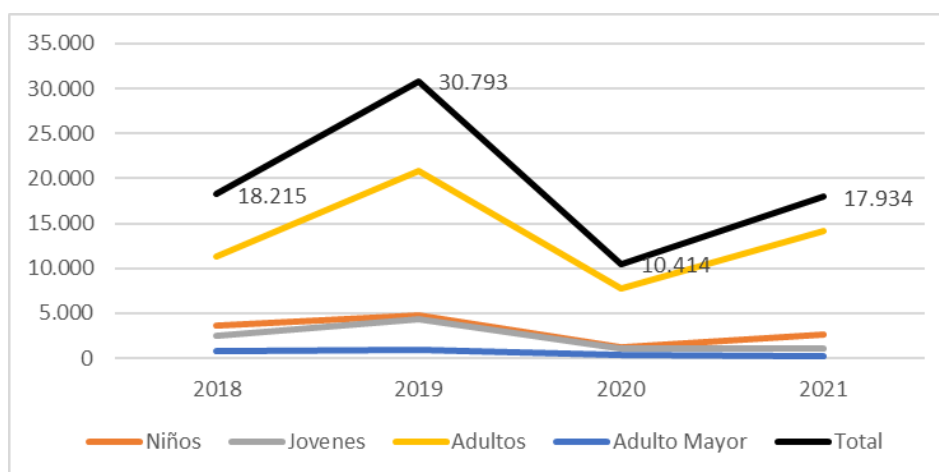
Fuente: Pita, D. Informe de Visitantes "Hojas-Jaboncillo". Portoviejo: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2021.

Gráfico 3.6 Visitas por Edad – Centro Cívico Ciudad Alfaro



Fuente: Pita, D. Informe de Visitantes "Hojas-Jaboncillo". Portoviejo: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2021.

Gráfico 3.7 Visitas por Edad – Instituto Nacional de Patrimonio Cultural



Fuente: Pita, D. Informe de Visitantes "Hojas-Jaboncillo". Portoviejo: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2021.

3.2 Análisis de Encuestas

Luego de que se haya realizado las encuestas se obtuvieron un total de 390 respuestas para su respectivo análisis, cabe destacar que la encuesta fue hecha en conjunto con la carrera de Turismo por lo cual existen preguntas que no guardan relevancia para nuestros objetivos, los resultados relevantes se presentan a continuación:

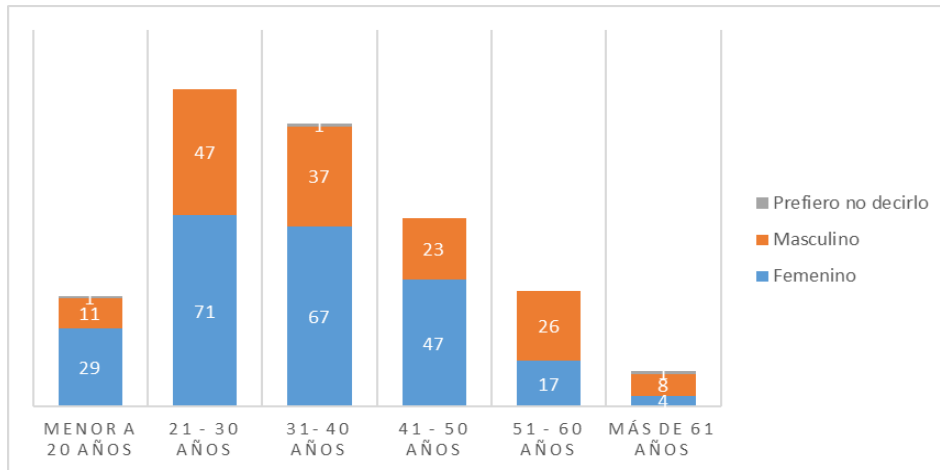
3.2.1 Características de los encuestados

Los datos demográficos que se encontraron fueron los siguientes:

- 60% de los encuestados son del género femenino, un 39% del masculino y un 1% decidieron no mostrar preferencia.
- 59% de los encuestados se encuentran con edades superiores a 30 años, 231 encuestados segmentados como se muestran a continuación:
 - Rango de 31 – 40 años: 67 mujeres, 37 hombres y 1 no prefiere decirlo.
 - Rango de 41 – 50 años: 47 mujeres, 23 hombres.
 - Rango de 51 – 60 años: 17 mujeres, 26 hombres.
 - Más de 61 años: 4 mujeres, 8 hombres y 1 no prefiere decirlo.

Dado a la externalidad de la crisis sanitaria y al tiempo se encontró que los grupos no se encuentran equilibrados.

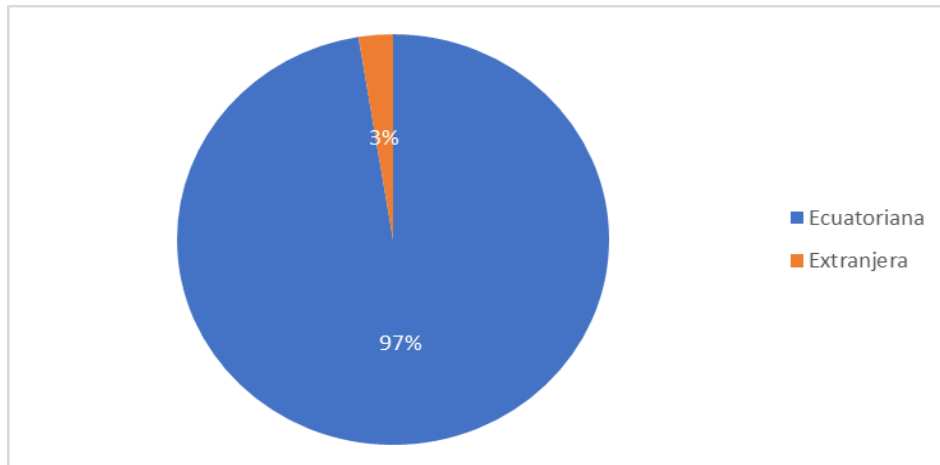
Gráfico 3.8 Edad y Genero de los encuestados



Fuente: Elaboración propia

- Se obtuvo como resultado que el 97% de los encuestados son de nacionalidad ecuatoriana y solo el 3% es extranjera.

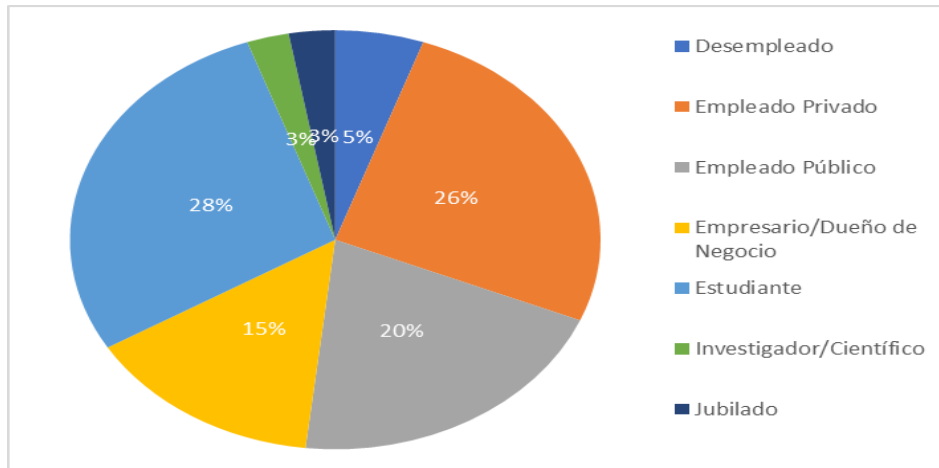
Gráfico 3.9 Nacionalidad de los encuestados



Fuente: Elaboración propia

- Dentro de las actividades profesionales de los encuestados se encontraron:
 - El 5% es desempleado, 26% es empleado privado, 21% es empleado público, 15% es empresario o dueño de negocio, 28% es estudiante, 3% es investigador o científico y un 3% es jubilado.

Gráfico 3.10 Actividades profesionales de los encuestados

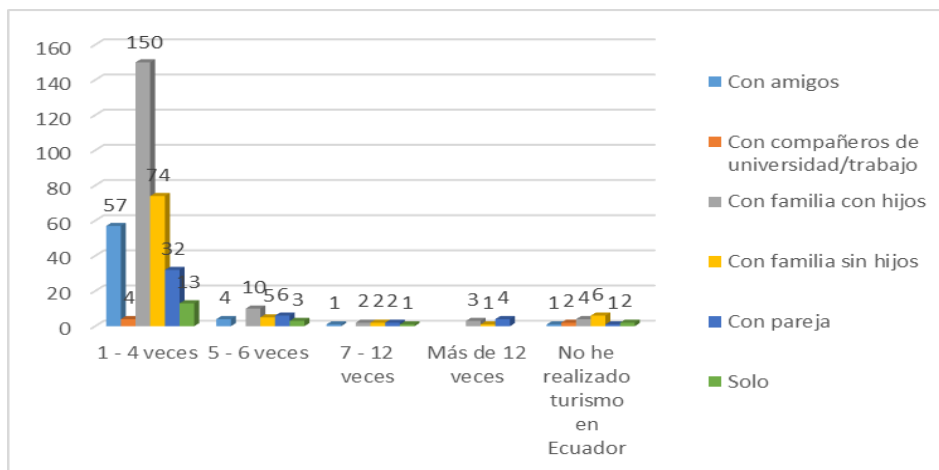


Fuente: Elaboración propia

3.2.2 Característica de frecuencia de viajes y visita a un museo

Respecto a la frecuencia de viajes turísticos que los encuestados realizan en un año encontramos que el 85% realiza de 1 a 4 viajes al año y estos expresan que en la mayoría de sus viajes son acompañados por la familia y sus hijos, seguido por el acompañamiento de la familia, pero sin hijos y con amistades.

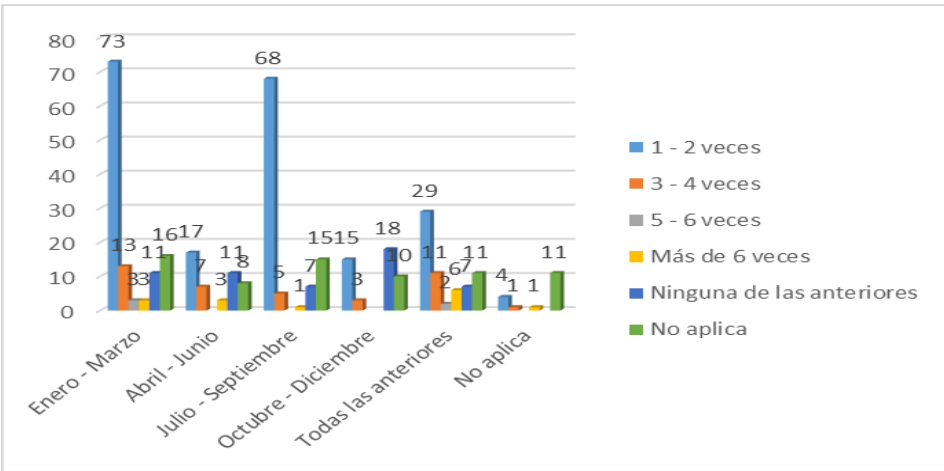
Gráfico 3.11 Frecuencia y preferencia de compañía en los viajes de los encuestados



Fuente: Elaboración propia

Respecto a los meses del año en que se realizan estos viajes turísticos encontramos que hay movimiento de turistas durante todos los meses del año, aunque la mayor afluencia la encontramos entre los meses de enero y marzo, meses en que se desarrollan las vacaciones escolares en la costa, y durante los meses de julio a septiembre, meses en que se desarrolla las vacaciones escolares de la región Sierra. A la vez se observó que en frecuencias de viajes hacia la provincia de Santa Elena prepondera de 1 a 2 visitas al año, es decir un 53% de los encuestados visita la provincia al menos una vez en el año, un 10% visita la provincia de 3 a 4 veces al año, 1% visita la provincia de 5 a 6 veces al año, 4% visita la provincia más de 6 veces en el año, mientras que el 32% de los encuestados no visita la provincia en el año.

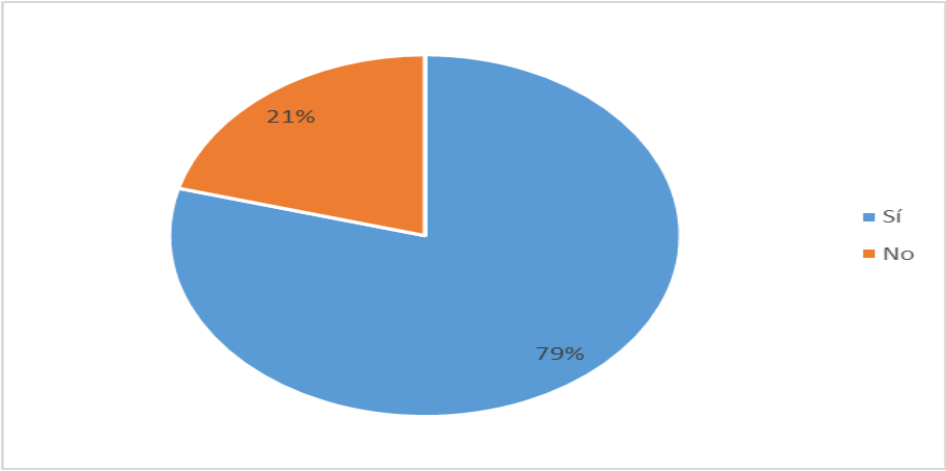
Gráfico 3.12 Frecuencia y preferencia en mes de viaje a la provincia de Santa Elena por parte de los encuestados



Fuente: Elaboración propia

Se encontró que el 79% de los encuestados han hecho al menos una visita a un museo arqueológico, mientras el restante 21% no lo ha realizado, dato que fue relevante para el desarrollo de la proyección de visitantes potenciales del museo y la valoración económica que estos representan.

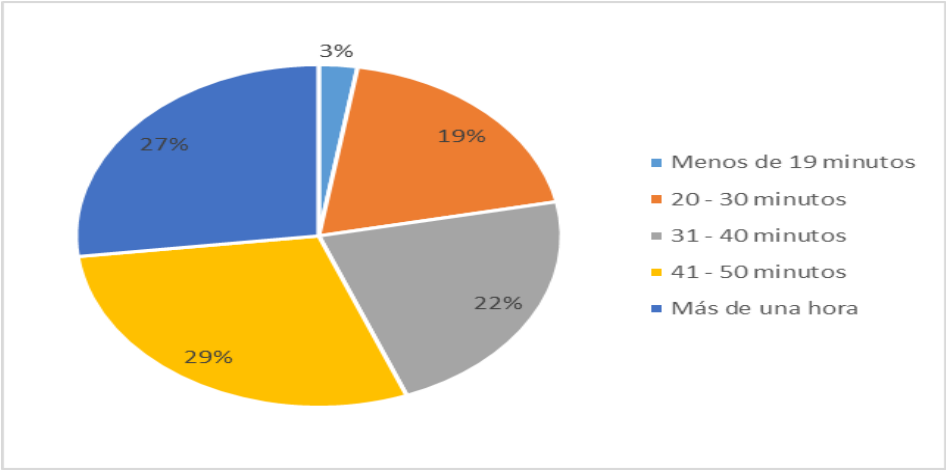
Gráfico 3.13 Visita a un museo arqueológico



Fuente: Elaboración propia

Para estimar el tiempo prudencial para la visita de un museo arqueológico observamos que el 3% de los encuestados consideran una duración menor a 20 minutos, un 19% prefiere una duración de entre el 20 a 30 minutos, un 22% consideran una duración entre 31 a 40 minutos, un 29% consideran que la visita debe ser de entre 41 a 50 minutos y finalmente un 27% consideran una visita superior a una hora.

Gráfico 3.14 Tiempo prudencial para visita de un museo arqueológico

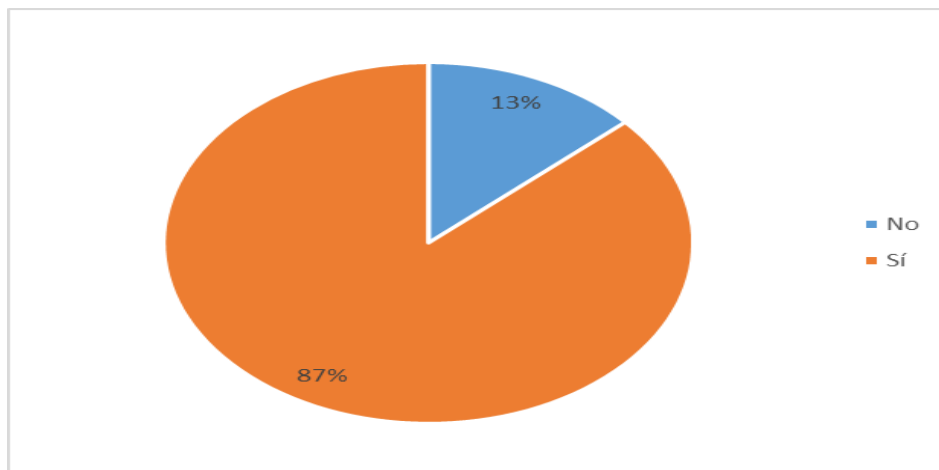


Fuente: Elaboración propia

3.2.3 Características de necesidades y preferencias del turista

Las adquisiciones de tour turísticos es un modo de captar visitantes y economizar, por lo cual se encuestó respecto a la necesidad del turista de adquirir un tour para recorrer museos en la provincia de Santa Elena donde se observó que el 87% de los encuestados si desean adquirirlo, mientras el 13% restante no.

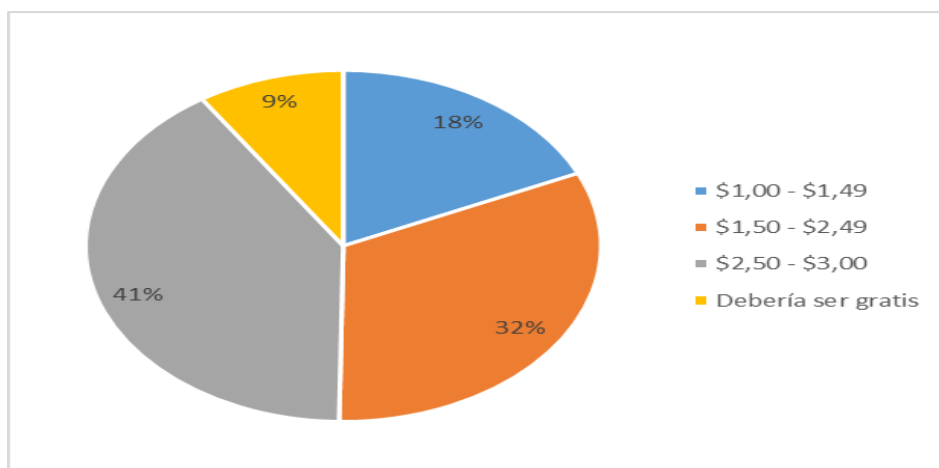
Gráfico 3.15 Preferencia para adquisición de tour turísticos



Fuente: Elaboración propia

En la propensión al pago por visitar un museo arqueológico encontramos que el 18% de los encuestados estaría dispuestos a pagar entre \$1,00 y \$1,50 dólares, el 32% de los encuestados pagarían entre \$1,50 y \$2,50 dólares, el 41% de los encuestados pagarían entre \$2,50 y \$3,00 dólares, mientras que el 9% de los encuestados creen que debería ser gratis la visita al museo.

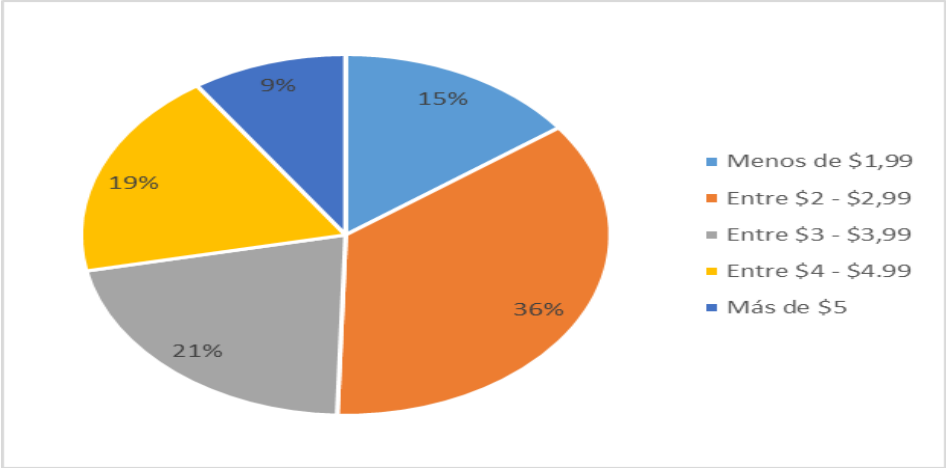
Gráfico 3.16 Propensión al pago por la entrada al museo arqueológico



Fuente: Elaboración propia

Respecto a la propensión de pago por actividades a realizar dentro del museo, observamos que el 15% de los encuestados estarían dispuestos a pagar menos de \$2,00 dólares, que el 36% de los encuestados pagarían entre \$2,00 y \$3,00 dólares, que el 21% pagarían entre \$3,00 y \$4,00 dólares, que el 19% pagarían entre \$4,00 y \$5,00 dólares, mientras que el 9% podrían pagar más de \$5,00 dólares.

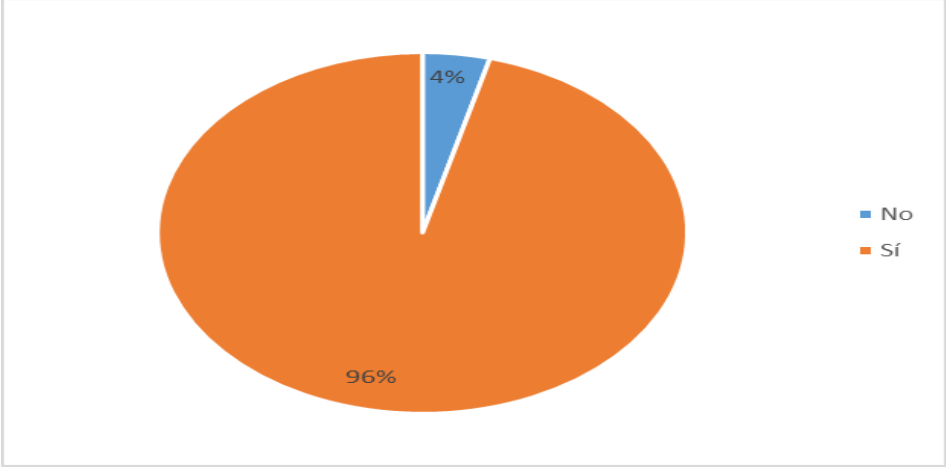
Gráfico 3.17 Propensión al pago por actividades dentro del museo arqueológico



Fuente: Elaboración propia

Basados en la experiencia vivida en la visita de un museo arqueológico se observó que el 96% de los encuestados sí volvería a visitar un museo y que el 4% no repetiría la visita.

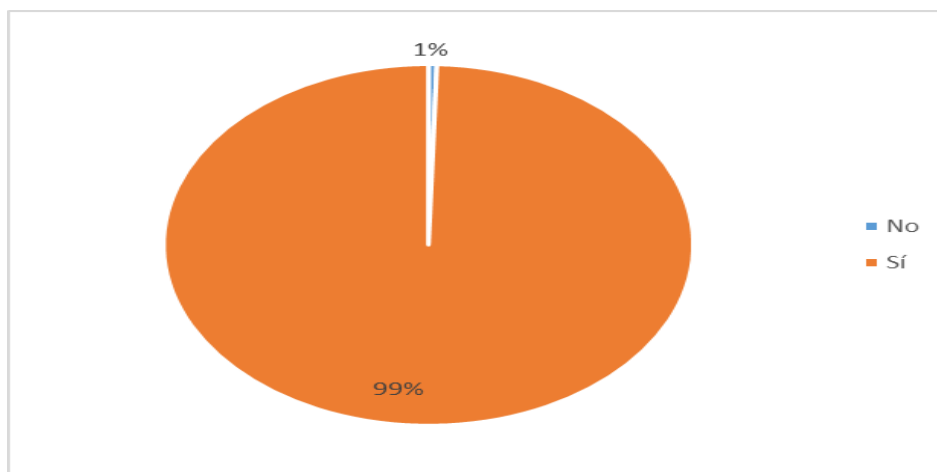
Gráfico 3.18 Iniciativa de volver a visitar el museo arqueológico



Fuente: Elaboración propia

Bajo la misma experiencia observamos que el 99% de los encuestados sí recomendaría la visita al museo arqueológico condicionado a que esta visita haya sido de su agrado, mientras que el 1% no haría la recomendación del caso.

Gráfico 3.19 Iniciativa de recomendar la visita del museo arqueológico



Fuente: Elaboración propia

3.3 Datos relevantes previo a la proyección del Flujo de Caja

Para realizar la proyección de Flujo de Caja se tomó en cuenta varios factores y supuestos importantes obtenidos mediante la entrevista y la encuesta, entre ellos están:

3.3.1 Viajes anuales por turismo

Se encontró que existe afluencia de turistas durante todo el año a la provincia de Santa Elena, con mayor intensidad entre los meses de enero y marzo, y entre los meses de julio y septiembre. Además, según un informe del Ministerio de Turismo el 29% de los residentes de la provincia de Santa Elena que realizan actividades turísticas desean ejercer estas en la región costera.

Existe evidencia que el Parque Arqueológico Hojas-Jaboncillo ha llegado a tener durante el 2021 un aproximado de 20.000 visitantes, aunque las estructuras son diferentes, el experto indicaba que una buena promoción del sitio puede elevar la cantidad de visitas anuales.

Los datos históricos del museo nos indican que durante el último año sin pandemia se recibía un aproximado de 20 visitantes al mes, hecho que se propone mejorar gracias a los esfuerzos de marketing, reconocimiento y reestructuración que se desarrolla con proyectos adjuntos. Además, que en las encuestas se tuvo como resultado que: sí se desea visitar un museo arqueológico y que se lo recomendaría si este es del agrado del turista.

Por otro lado, para incentivar el conocimiento de nuestra historia cultural y el aumento de visitas de colegiales al museo, se propone realizar convenios con el sector educativo para que alumnos sean enviados a realizar la visita al museo haciendo el pago por el ingreso y las actividades recreativas dentro del mismo. Se estima un total de 4.000 alumnos durante cada año visitando el museo, provenientes de la misma provincia y de ciudades cercanas como Guayaquil y Manta. Los detalles del convenio se detallan a continuación:

Tabla 3.1 Convenio con Sector Educativo

Ciudad	Cantidad de colegios
Guayaquil	5
Santa Elena	6
Salinas	2
La libertad	2
Manta	5
Total de colegios	20

Alumnos por colegio	200
---------------------	-----

Total de colegiales anual	4.000
----------------------------------	--------------

Fuente: Elaboración propia

La proyección de turistas esperados durante un año en el museo se la realizó bajo los siguientes supuestos:

- El museo debe tener al menos 20 días laborables al mes incluyendo sábado y domingo.
- El museo debe cumplir como mínimo 8 horas de actividades por día.

Además, se toma en cuenta los resultados de la entrevista y de la encuesta, junto a la información proveniente de los proyectos adjuntos, se detalla a continuación:

- El crecimiento de turistas se ve influenciado gracias a promociones y convenios en sectores estratégicos, dato proporcionado por el Dr. Gerardo Castro durante la entrevista.
- Respecto a visitar nuevamente el museo arqueológico y recomendarlo si es de agrado del visitante, más del 90% respondieron que sí en la encuesta.
- El museo que tiene un área de 552 m², de las cuales existe un aproximado de 440 m² para el tránsito de las visitas. Por la pandemia actual una persona debe guardar la distancia social, es decir 4 m² por persona, con lo cual se obtiene

un aforo máximo 110 personas al mismo tiempo dentro del museo, dato analizado mediante proyecto de Ingeniería Civil.

- Para la proyección de turistas se estimaron dos valores potenciales para el total anual, tales valores son externos a la cantidad de visitantes colegiales. El primer valor es de 1.000 visitantes y el segundo es de 6.000 visitantes, cantidades que son alcanzables gracias a la proyección de visitas a la provincia de Santa Elena propuesta por el Ministerio de Turismo, que indica que los potenciales turistas aplazarían visitas a lugares internacionales lo que impulsa el movimiento turístico interno y donde cinco de cada diez personas deseaban hacer turismo a partir del año 2021 (Ministerio de Turismo, 2020).
- Las cantidades antes expuestas se deben sumar a la cantidad de visitantes colegiales para poder tener el total de visitantes anuales, considerando que de enero a marzo no habría visitas colegiales por las vacaciones de estos. Por la distancia existente con las ciudades de la Sierra no se consideran las visitas colegiales provenientes de esta zona del país.

Se manejan dos escenarios para la proyección de turistas, el escenario normal que considera la reciente apertura del nuevo museo y el optimista que considera la publicidad y recomendaciones hechas por los habitantes de la comuna y por instituciones interesadas en el desarrollo socioeconómico del sector, se detalla a continuación:

Tabla 3.2 Proyección de Flujo de Turistas

Mes	Escenario normal				Escenario optimista			
	Turistas mensuales esperado	Colegiales mensuales esperado	Total de visitantes esperados	Promedio de turistas diarios	Turistas mensuales esperado	Colegiales mensuales esperado	Total de visitantes esperados	Promedio de turistas diarios
Enero	80	0	80	4	480	0	480	24
Febrero	100	0	100	5	600	0	600	30
Marzo	120	0	120	6	720	0	720	36
Abril	60	400	460	23	360	400	760	38
Mayo	70	400	470	24	420	400	820	41
Junio	80	500	580	29	480	500	980	49
Julio	80	500	580	29	480	500	980	49
Agosto	100	500	600	30	600	500	1100	55
Septiembre	120	500	620	31	720	500	1220	61
Octubre	50	400	450	23	300	400	700	35
Noviembre	60	400	460	23	360	400	760	38
Diciembre	80	400	480	24	480	400	880	44
Total anual	1.000	4.000	5.000	21	6.000	4.000	10.000	42

Fuente: Elaboración propia

3.3.2 Propensión al pago por visita a un museo arqueológico.

Referente al pago por el ingreso al museo se toma en valor más alto escogido por la mayoría de los encuestados (\$3,00 dólares), puesto que se necesita un buen nivel de ingreso para cubrir los gastos de préstamos, sueldos, servicios básicos, entre otros.

3.3.3 Propensión al pago por realizar actividades dentro de un museo arqueológico.

Un elemento que aumentan los ingresos del museo son los cobros que se ejercen a los turistas para poder realizar actividades varias dentro del museo, estas actividades son propuestas por el área de Turismo. En términos económicos se recomienda hacer un cobro del valor más alto escogido por la mayoría de los encuestados (\$3,00 dólares).

3.3.4 Inversión inicial solicitada por cada una de las carreras (turismo, diseño gráfico, ingeniería civil).

A continuación, se detalla cada uno de los planes de inversión que fueron analizados para obtener el total de la inversión inicial.

- **Plan de Inversión - Turismo:** Su proyecto desea implementar entre 3 a 5 actividades dentro del museo por lo cual se debe adquirir los materiales necesarios para realizarlas junto a los gastos de preparación para el desarrollo de las actividades. Se estiman gastos recurrentes para cada año por la compra de materiales.

Tabla 3.3 Plan de Inversión - Propuesta de Turismo

Concepto de inversión	Unidad de medida	Cantidad	Costo	Origen de los recursos		
				Aportación ESPOL	Financiamiento	Inversión Total
Activos fijos						
Muebles	Presupuesto	1	\$ 97,67		\$ 97,67	\$ 97,67
Maquinaria y equipo	Presupuesto	1	\$ 400,00		\$ 400,00	\$ 400,00
Materiales y utensilios	Presupuesto	1	\$ 573,80		\$ 573,80	\$ 573,80
Equipos electrónicos	Presupuesto	1	\$ 130,00		\$ 130,00	\$ 130,00
Total activo fijo					\$ 1.201,47	\$ 1.201,47
Activos diferidos						
Honorarios profesionales	Presupuesto	1	\$ 2.730,00	\$ 2.330,00	\$ 400,00	\$ 400,00
Viáticos y comisiones	Presupuesto	1	\$ 200,00		\$ 200,00	\$ 200,00
Publicidad	Presupuesto	1	\$ 18.000,00		\$ 18.000,00	\$ 18.000,00
Otros	Presupuesto	1	\$ 97,50		\$ 97,50	\$ 97,50
Total activo diferido					\$ 18.697,50	\$ 18.697,50
Capital de trabajo						
Materia prima	Presupuesto	1	\$ 1.694,31		\$ 1.694,31	\$ 1.694,31
Sueldos y salarios	Presupuesto	1	\$ 5.040,00		\$ 5.040,00	\$ 5.040,00
Total capital de trabajo					\$ 6.734,31	\$ 6.734,31
Total de inversión						\$ 26.633,28

Fuente: Elaboración propia con datos de la Propuesta de Turismo

- **Plan de Inversión - Diseño Gráfico:** Sus principales actividades incluyen el diseño de un nuevo logotipo, manual de marca, diseño de señalética y diseño de valla publicitaria. Se estima gastos recurrentes por renovación de valla publicitaria cada 5 años.

Tabla 3.4 Plan de Inversión – Propuesta de Diseño Gráfico

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Valla Publicitaria 10x4 metros (alquiler)	3	\$ 6.000,00	\$ 18.000,00
Letreros Luminosos	1	\$ 698,00	\$ 698,00
Señalética Fotoluminiscente (aproximado 15 piezas)	15	\$ 6,50	\$ 97,50
Total de inversión			\$ 18.795,50

Fuente: Elaboración propia con los datos de la Propuesta de Diseño Gráfico

- **Plan de Inversión - Ingeniería Civil:** Esta propuesta se centra en la reestructuración física del museo incluyendo gasto por compra de materiales de construcción e instalación de la obra. No se estima gastos recurrentes al menos en los primeros 10 años.

Tabla 3.5 Plan de Inversión – Propuesta de Ingeniería Civil

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Diseño del nuevo Museo Arqueológico en Valdivia	1	\$ 115.000,00	\$115.000,00
Total de inversión			\$ 115.000,00

Fuente: Elaboración propia con los datos de la Propuesta de Ingeniería Civil

Estos datos fueron consolidados para obtener el valor total de la inversión inicial del proyecto de rehabilitación y remodelación del museo, se detallan a continuación:

Tabla 3.6 Valores de Inversión Inicial Propuestos

Propuestas	Inversión Inicial
Propuesta de Turismo	\$ 26.633,28
Propuesta de Diseño Gráfico	\$ 18.795,50
Propuesta de Ingeniería Civil	\$ 115.000,00
Total	\$ 160.428,78

Fuente: Elaboración propia

3.3.5 Proforma de préstamo bancario para la inversión inicial

En caso de requerir la inversión inicial mediante un préstamo bancario las instituciones financieras del país desembolsan cantidades superiores a los \$100.000,00 dólares para proyectos turísticos con un periodo máximo de pago de 10 años. En este caso se redondea el valor del préstamo a \$165.000,00 dólares por motivos de seguros y trámites que las entidades financieras solicitan, los detalles de la amortización se presentan a continuación.

Tabla 3.7 Proforma de préstamo bancario

Base del préstamo	\$ 165.000,00			
Periodo (años)	10			
Tasa de interés anual	9,76%			
Cuota	\$26.576,76			
Tipo	PYME			
Destino	Activo Fijo			
Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	\$ 165.000,00			
1	\$ 154.527,24	\$10.472,76	\$ 16.104,00	\$26.576,76
2	\$ 143.032,35	\$11.494,90	\$ 15.081,86	\$26.576,76
3	\$ 130.415,55	\$12.616,80	\$ 13.959,96	\$26.576,76
4	\$ 116.567,35	\$13.848,20	\$ 12.728,56	\$26.576,76
5	\$ 101.367,57	\$15.199,78	\$ 11.376,97	\$26.576,76
6	\$ 84.684,29	\$16.683,28	\$ 9.893,47	\$26.576,76
7	\$ 66.372,72	\$18.311,57	\$ 8.265,19	\$26.576,76
8	\$ 46.273,94	\$20.098,78	\$ 6.477,98	\$26.576,76
9	\$ 24.213,52	\$22.060,42	\$ 4.516,34	\$26.576,76
10	\$ -	\$24.213,52	\$ 2.363,24	\$26.576,76

Fuente: Elaboración propia

3.3.6 Gastos recurrentes

Durante el análisis de la inversión inicial se detallaron gastos recurrentes por parte de las áreas inmersas en este proyecto, específicamente de las propuestas presentados por turismo y diseño gráfico. Por parte de turismo encontramos gastos recurrentes anuales por concepto de compra de materiales para el desarrollo de actividades propuestas dentro del museo, por parte de diseño gráfico encontramos gastos recurrentes cada cinco años por la renovación de la malla publicitaria esto es: su nuevo diseño y contrato de alquiler de la malla.

Tabla 3.8 Gastos recurrentes del proyecto

Años	1	2	3	4	5
Propuesta Turismo		\$ 6.742,41	\$ 7.366,41	\$ 6.742,41	\$ 7.366,41
Propuesta Diseño Gráfico					\$ 9.210,00
Total Anual	\$ -	\$ 6.742,41	\$ 7.366,41	\$ 6.742,41	\$ 16.576,41

Fuente Elaboración propia con datos de las diferentes propuestas

3.3.7 Datos relevantes varios

Entre otros datos que son importantes para el desarrollo de la proyección del flujo de caja encontramos:

- El Museo Valdivia muestra un valor mensual promedio histórico de gastos por servicios básicos de aproximadamente \$10,00 dólares, con las nuevas adecuaciones se estima que este valor subiría a un promedio de \$30,00 dólares mensuales, con un aumento anual del 5%.
- Se necesitan dos trabajadores de base que recibirán un Salario Básico Unificado (SBU) como pago por sus servicios y contarán con su respectivo derecho a su décimo tercer y décimo cuarto sueldo. Cabe recalcar que durante los siguientes tres años se estima que el SBU suba en \$25,00 dólares cada año, llegando a un tope de \$500,00 dólares.
- Se estima que el 50% de los visitantes (turistas y colegiales) realizaran actividades dentro del museo, lo cual significa un ingreso económico para el mismo.
- La tasa de descuento para el proyecto se estima a partir de la siguiente formula:

$$d = \frac{i}{1 + i}$$

Siendo:

d = la tasa de descuento

i = la tasa de interés para el desarrollo del sector turístico en el país.

Sabiendo que el máximo de dicha tasa de interés depende del tipo de préstamo que se haga, esta ronda entre el 11,26% y 12,96% (BanEcuador, 2022), haciendo uso de la fórmula y tomando como interés máximo potencial el 12,13%, obtenemos que para el proyecto la tasa de descuento es del 10,82% valor que se aproxima al 11% del futuro inmediato para una tasa social de descuento en la evaluación de proyectos de inversión aplicada para el Ecuador (Castillo & Zhangallimbay, 2021). Se lo compara a una tasa social de descuento por la posibilidad que este proyecto sea ejecutado por una entidad pública, ante lo cual se considera que el análisis que se realiza es válido para la evaluación de cualquier entidad sea pública o privada.

3.4 Proyección del Flujo de Caja

Para este proyecto se presentaron un total de cuatro escenarios posibles para la proyección del Flujo de Caja, cada uno de ellos con su respectiva proyección mensual en el primer año y anual a cinco años.

3.4.1 Flujo de Caja – Escenario 1

En este escenario de flujo de caja se presenta que la inversión inicial es cubierta por un préstamo bancario con pago anualizado, el escenario normal de turistas (1.000 visitantes por turismo y 4.000 visitantes colegiales) y siguiendo los datos supuestos de días laborables y horas de actividad del museo ya enunciados. A continuación, primero encontraremos el flujo de caja mensual del primer año que soporta el flujo de caja anual a cinco años presentado después.

Tabla 3.9 Flujo de Caja Mensual – Escenario 1

Precio entrada	\$ 3,00						\$ 3,00	Servicios básicos mensual promedio	30			
Precio por actividades	\$ 3,00						\$ 3,00					
Tasa de descuento	10,82%						10,82%					
Turistas proyectado	80	100	120	60	70	80	80	100	120	50	60	80
Turismo colegios	0	0	0	400	400	500	500	500	500	400	400	400
Total turismo	80	100	120	460	470	580	580	600	620	450	460	480
Salario básico	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00
Número de trabajadores	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ingresos												
Venta de entradas	\$ 240,00	\$ 300,00	\$ 360,00	\$ 1.380,00	\$ 1.410,00	\$ 1.740,00	\$ 1.740,00	\$ 1.800,00	\$ 1.860,00	\$ 1.350,00	\$ 1.380,00	\$ 1.440,00
Ingreso por actividades	\$ 120,00	\$ 150,00	\$ 180,00	\$ 690,00	\$ 705,00	\$ 870,00	\$ 870,00	\$ 900,00	\$ 930,00	\$ 675,00	\$ 690,00	\$ 720,00
Ingreso por préstamo												
Total de Ingresos	\$ 360,00	\$ 450,00	\$ 540,00	\$ 2.070,00	\$ 2.115,00	\$ 2.610,00	\$ 2.610,00	\$ 2.700,00	\$ 2.790,00	\$ 2.025,00	\$ 2.070,00	\$ 2.160,00
Egresos												
Servicios básicos	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
Pago sueldos	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 1.700,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 1.700,00
Pago capital préstamo												\$ 10.472,76
Pago intereses préstamo												\$ 16.104,00
Gasto recurrente anual												
Inversión												
Total de Egresos	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 1.730,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 28.306,76
Flujo neto	\$ -520,00	\$ -430,00	\$ -340,00	\$ 340,00	\$ 1.235,00	\$ 1.730,00	\$ 1.730,00	\$ 1.820,00	\$ 1.910,00	\$ 1.145,00	\$ 1.190,00	\$ -26.146,76
Flujo acumulado	\$ -520,00	\$ -950,00	\$ -1.290,00	\$ -950,00	\$ 285,00	\$ 2.015,00	\$ 3.745,00	\$ 5.565,00	\$ 7.475,00	\$ 8.620,00	\$ 9.810,00	\$ -16.336,76

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3.10 Flujo de Caja – Escenario 1

Precio entrada	\$ 3,00		Servicios básicos mensual promedio	30		
Precio por actividades	\$ 3,00		Aumento de pago servicios anual	5%		
Aumento de turistas anual	30%					
Tasa de descuento	10,82%					
Turistas proyectado		1000	1300	1690	2197	2856
Turismo colegios		4000	4000	4000	4000	4000
Total turismo		5000	5300	5690	6197	6856
Salario básico	\$ 425,00	\$ 450,00	\$ 475,00	\$ 500,00	\$ 500,00	
Número de trabajadores	2	2	2	2	2	
Años	0	1	2	3	4	5
Ingresos						
Venta de entradas		\$ 15.000,00	\$ 15.900,00	\$ 17.070,00	\$ 18.591,00	\$ 20.568,30
Ingreso por actividades		\$ 7.500,00	\$ 7.950,00	\$ 8.535,00	\$ 9.295,50	\$ 10.284,15
Ingreso por préstamo	\$ 165.000,00					
Total de Ingresos	\$ 165.000,00	\$ 22.500,00	\$ 23.850,00	\$ 25.605,00	\$ 27.886,50	\$ 30.852,45
Egresos						
Servicios básicos		\$ 360,00	\$ 378,00	\$ 396,90	\$ 416,75	\$ 437,58
Pago sueldos		\$ 11.900,00	\$ 12.600,00	\$ 13.300,00	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00
Pago capital préstamo		\$ 10.472,76	\$ 11.494,90	\$ 12.616,80	\$ 13.848,20	\$ 15.199,78
Pago intereses préstamo		\$ 16.104,00	\$ 15.081,86	\$ 13.959,96	\$ 12.728,56	\$ 11.376,97
Gasto recurrente anual			\$ 6.742,41	\$ 7.366,41	\$ 6.742,41	\$ 16.576,41
Inversión	\$ 165.000,00					
Total de Egresos	\$ 165.000,00	\$ 38.836,76	\$ 46.297,17	\$ 47.640,07	\$ 47.735,91	\$ 57.590,75
Flujo neto	\$ -	\$ -16.336,76	\$ -22.447,17	\$ -22.035,07	\$ -19.849,41	\$ -26.738,30
Flujo acumulado	\$ -	\$ -16.336,76	\$ -38.783,92	\$ -60.818,99	\$ -80.668,40	\$ -107.406,70
VAN	\$ -78.377,02					

Fuente: Elaboración propia

3.4.2 Flujo de Caja – Escenario 2

En este escenario de flujo de caja se presenta que la inversión inicial es cubierta por un préstamo bancario con pago anualizado, el escenario optimista de turistas (6.000 visitantes por turismo y 4.000 visitantes colegiales) y siguiendo los datos supuestos de días laborables y horas de actividad del museo ya enunciados. A continuación, primero encontraremos el flujo de caja mensual del primer año que soporta el flujo de caja anual a cinco años presentado después.

Tabla 3.11 Flujo de Caja Mensual – Escenario 2

Precio entrada	\$ 3,00											Servicios básicos mensual promedio	30
Precio por actividades	\$ 3,00												
Tasa de descuento	10,82%												
Turistas proyectado	480	600	720	360	420	480	480	600	720	300	360	480	
Turismo colegios	0	0	0	400	400	500	500	500	500	400	400	400	
Total turismo	480	600	720	760	820	980	980	1100	1220	700	760	880	
Salario básico	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	
Número de trabajadores	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Ingresos													
Venta de entradas	\$1.440,00	\$1.800,00	\$ 2.160,00	\$2.280,00	\$2.460,00	\$ 2.940,00	\$ 2.940,00	\$ 3.300,00	\$ 3.660,00	\$ 2.100,00	\$ 2.280,00	\$ 2.640,00	
Ingreso por actividades	\$ 720,00	\$ 900,00	\$ 1.080,00	\$1.140,00	\$1.230,00	\$ 1.470,00	\$ 1.470,00	\$ 1.650,00	\$ 1.830,00	\$ 1.050,00	\$ 1.140,00	\$ 1.320,00	
Ingreso por préstamo													
Total de Ingresos	\$2.160,00	\$2.700,00	\$ 3.240,00	\$3.420,00	\$3.690,00	\$ 4.410,00	\$ 4.410,00	\$ 4.950,00	\$ 5.490,00	\$ 3.150,00	\$ 3.420,00	\$ 3.960,00	
Egresos													
Servicios básicos	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	
Pago sueldos	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$1.700,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 1.700,00	
Pago capital préstamo												\$ 10.472,76	
Pago intereses préstamo												\$ 16.104,00	
Gasto recurrente anual													
Inversión													
Total de Egresos	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$1.730,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 28.306,76	
Flujo neto	\$1.280,00	\$1.820,00	\$ 2.360,00	\$1.690,00	\$2.810,00	\$ 3.530,00	\$ 3.530,00	\$ 4.070,00	\$ 4.610,00	\$ 2.270,00	\$ 2.540,00	\$-24.346,76	
Flujo acumulado	\$1.280,00	\$3.100,00	\$ 5.460,00	\$7.150,00	\$9.960,00	\$13.490,00	\$17.020,00	\$21.090,00	\$25.700,00	\$27.970,00	\$30.510,00	\$ 6.163,24	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3.12 Flujo de Caja – Escenario 2

Precio entrada	\$ 3,00		Servicios básicos mensual promedio	30		
Precio por actividades	\$ 3,00		Aumento de pago servicios anual	5%		
Aumento de turistas anual	30%					
Tasa de descuento	10,82%					
Turistas proyectado	6000	7800	10140	13182	17137	
Turismo colegios	4000	4000	4000	4000	4000	
Total turismo	10000	11800	14140	17182	21137	
Salario básico	\$ 425,00	\$ 450,00	\$ 475,00	\$ 500,00	\$ 500,00	
Número de trabajadores	2	2	2	2	2	
Años	0	1	2	3	4	5
Ingresos						
Venta de entradas	\$ 30.000,00	\$ 35.400,00	\$ 42.420,00	\$ 51.546,00	\$ 63.409,80	
Ingreso por actividades	\$ 15.000,00	\$ 17.700,00	\$ 21.210,00	\$ 25.773,00	\$ 31.704,90	
Ingreso por préstamo	\$ 165.000,00					
Total de Ingresos	\$ 165.000,00	\$ 45.000,00	\$ 53.100,00	\$ 63.630,00	\$ 77.319,00	\$ 95.114,70
Egresos						
Servicios básicos	\$ 360,00	\$ 378,00	\$ 396,90	\$ 416,75	\$ 437,58	
Pago sueldos	\$ 11.900,00	\$ 12.600,00	\$ 13.300,00	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00	
Pago capital préstamo	\$ 10.472,76	\$ 11.494,90	\$ 12.616,80	\$ 13.848,20	\$ 15.199,78	
Pago intereses préstamo	\$ 16.104,00	\$ 15.081,86	\$ 13.959,96	\$ 12.728,56	\$ 11.376,97	
Gasto recurrente anual		\$ 6.742,41	\$ 7.366,41	\$ 6.742,41	\$ 6.742,41	\$ 16.576,41
Inversión	\$ 165.000,00					
Total de Egresos	\$ 165.000,00	\$ 38.836,76	\$ 46.297,17	\$ 47.640,07	\$ 47.735,91	\$ 57.590,75
Flujo neto	\$ -	\$ 6.163,24	\$ 6.802,83	\$ 15.989,93	\$ 29.583,09	\$ 37.523,95
Flujo acumulado	\$ -	\$ 6.163,24	\$ 12.966,08	\$ 28.956,01	\$ 58.539,10	\$ 96.063,05
VAN	\$64.923,46					

Fuente: Elaboración propia

3.4.3 Flujo de Caja – Escenario 3

En este escenario de flujo de caja se presenta que la inversión inicial ha sido cubierta por una entidad pública o privada mediante un desembolso sin retorno efectivo, el escenario normal de turistas (1.000 visitantes por turismo y 4.000 visitantes colegiales) y siguiendo los datos supuestos de días laborables y horas de actividad del museo ya enunciados. A continuación, primero encontraremos el flujo de caja mensual del primer año que soporta el flujo de caja anual a cinco años presentado después.

Tabla 3.13 Flujo de Caja Mensual – Escenario 3

Precio entrada	\$ 3,00											Servicios básicos mensual promedio	30
Precio por actividades	\$ 3,00												
Tasa de descuento	10,82%												
Turistas proyectado	80	100	120	60	70	80	80	100	120	50	60	80	
Turismo colegios	0	0	0	400	400	500	500	500	500	400	400	400	
Total turismo	80	100	120	460	470	580	580	600	620	450	460	480	
Salario básico	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	
Número de trabajadores	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Ingresos													
Venta de entradas	\$ 240,00	\$ 300,00	\$ 360,00	\$ 1.380,00	\$ 1.410,00	\$ 1.740,00	\$ 1.740,00	\$ 1.800,00	\$ 1.860,00	\$ 1.350,00	\$ 1.380,00	\$ 1.440,00	
Ingreso por actividades	\$ 120,00	\$ 150,00	\$ 180,00	\$ 690,00	\$ 705,00	\$ 870,00	\$ 870,00	\$ 900,00	\$ 930,00	\$ 675,00	\$ 690,00	\$ 720,00	
Ingreso por préstamo sin reembolso													
Total de Ingresos	\$ 360,00	\$ 450,00	\$ 540,00	\$ 2.070,00	\$ 2.115,00	\$ 2.610,00	\$ 2.610,00	\$ 2.700,00	\$ 2.790,00	\$ 2.025,00	\$ 2.070,00	\$ 2.160,00	
Egresos													
Servicios básicos	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	
Pago sueldos	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 1.700,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 1.700,00	
Gasto recurrente anual													
Inversión													
Total de Egresos	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 1.730,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 1.730,00	
Flujo neto	\$ -520,00	\$ -430,00	\$ -340,00	\$ 340,00	\$ 1.235,00	\$ 1.730,00	\$ 1.730,00	\$ 1.820,00	\$ 1.910,00	\$ 1.145,00	\$ 1.190,00	\$ 430,00	
Flujo acumulado	\$ -520,00	\$ -950,00	\$ -1.290,00	\$ -950,00	\$ 285,00	\$ 2.015,00	\$ 3.745,00	\$ 5.565,00	\$ 7.475,00	\$ 8.620,00	\$ 9.810,00	\$ 10.240,00	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3.14 Flujo de Caja – Escenario 3

Precio entrada	\$	3,00		Servicios básicos mensual promedio		30
Precio por actividades	\$	3,00		Aumento de pago servicios anual		5%
Aumento de turistas anual		25%				
Tasa de descuento		10,82%				
Turistas proyectado		1000	1300	1690	2197	2856
Turismo colegios		4000	4000	4000	4000	4000
Total turismo		5000	5300	5690	6197	6856
Salario básico	\$	425,00	\$ 450,00	\$ 475,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Número de trabajadores		2	2	2	2	2
Años	0	1	2	3	4	5
Ingresos						
Venta de entradas		\$ 15.000,00	\$ 15.900,00	\$ 17.070,00	\$ 18.591,00	\$ 20.568,30
Ingreso por actividades		\$ 7.500,00	\$ 7.950,00	\$ 8.535,00	\$ 9.295,50	\$ 10.284,15
Ingreso por préstamo sin reembolso	\$ 165.000,00					
Total de Ingresos	\$ 165.000,00	\$ 22.500,00	\$ 23.850,00	\$ 25.605,00	\$ 27.886,50	\$ 30.852,45
Egresos						
Servicios básicos		\$ 360,00	\$ 378,00	\$ 396,90	\$ 416,75	\$ 437,58
Pago sueldos		\$ 11.900,00	\$ 12.600,00	\$ 13.300,00	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00
Gasto recurrente anual			\$ 6.742,41	\$ 7.366,41	\$ 6.742,41	\$ 16.576,41
Inversión	\$ 165.000,00					
Total de Egresos	\$ 165.000,00	\$ 12.260,00	\$ 19.720,41	\$ 21.063,31	\$ 21.159,16	\$ 31.013,99
Flujo neto	\$ -	\$ 10.240,00	\$ 4.129,59	\$ 4.541,69	\$ 6.727,35	\$ -161,54
Flujo acumulado	\$ -	\$ 10.240,00	\$ 14.369,59	\$ 18.911,28	\$ 25.638,63	\$ 25.477,08
VAN		\$20.305,27				

Fuente: Elaboración propia

3.4.4 Flujo de Caja – Escenario 4

En este escenario de flujo de caja se presenta que la inversión inicial ha sido cubierta por una entidad pública o privada mediante un desembolso sin retorno efectivo, el escenario optimista de turistas (6.000 visitantes por turismo y 4.000 visitantes colegiales) y siguiendo los datos supuestos de días laborables y horas de actividad del museo ya enunciados. A continuación, primero encontraremos el flujo de caja mensual del primer año que soporta el flujo de caja anual a cinco años presentado después.

Tabla 3.15 Flujo de Caja Mensual – Escenario 4

Precio entrada	\$ 3,00												Servicios básicos mensual promedio	30
Precio por actividades	\$ 3,00													
Tasa de descuento	10,82%													
Turistas proyectado	480	600	720	360	420	480	480	600	720	300	360	480		
Turismo colegios	0	0	0	400	400	500	500	500	500	400	400	400		
Total turismo	480	600	720	760	820	980	980	1100	1220	700	760	880		
Salario básico	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00		
Número de trabajadores	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		
Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		
Ingresos														
Venta de entradas	\$1.440,00	\$1.800,00	\$ 2.160,00	\$2.280,00	\$2.460,00	\$ 2.940,00	\$ 2.940,00	\$ 3.300,00	\$ 3.660,00	\$ 2.100,00	\$ 2.280,00	\$ 2.640,00		
Ingreso por actividades	\$ 720,00	\$ 900,00	\$ 1.080,00	\$1.140,00	\$1.230,00	\$ 1.470,00	\$ 1.470,00	\$ 1.650,00	\$ 1.830,00	\$ 1.050,00	\$ 1.140,00	\$ 1.320,00		
Ingreso por préstamo sin reembolso														
Total de Ingresos	\$2.160,00	\$2.700,00	\$ 3.240,00	\$3.420,00	\$3.690,00	\$ 4.410,00	\$ 4.410,00	\$ 4.950,00	\$ 5.490,00	\$ 3.150,00	\$ 3.420,00	\$ 3.960,00		
Egresos														
Servicios básicos	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00		
Pago sueldos	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$1.700,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 1.700,00		
Gasto recurrente anual														
Inversión														
Total de Egresos	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$1.730,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 1.730,00		
Flujo neto	\$1.280,00	\$1.820,00	\$ 2.360,00	\$1.690,00	\$2.810,00	\$ 3.530,00	\$ 3.530,00	\$ 4.070,00	\$ 4.610,00	\$ 2.270,00	\$ 2.540,00	\$ 2.230,00		
Flujo acumulado	\$1.280,00	\$3.100,00	\$ 5.460,00	\$7.150,00	\$9.960,00	\$13.490,00	\$17.020,00	\$21.090,00	\$25.700,00	\$27.970,00	\$30.510,00	\$ 32.740,00		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3.16 Flujo de Caja – Escenario 4

Precio entrada	\$ 3,00		Servicios básicos mensual promedio	30	
Precio por actividades	\$ 3,00		Aumento de pago servicios anual	5%	
Aumento de turistas anual	25%				
Tasa de descuento	10,82%				
Turistas proyectado	6000	7800	10140	13182	17137
Turismo colegios	4000	4000	4000	4000	4000
Total turismo	10000	11800	14140	17182	21137
Salario básico	\$ 425,00	\$ 450,00	\$ 475,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Número de trabajadores	2	2	2	2	2
Años	0	1	2	3	4
Ingresos					
Venta de entradas	\$ 30.000,00	\$ 35.400,00	\$ 42.420,00	\$ 51.546,00	\$ 63.409,80
Ingreso por actividades	\$ 15.000,00	\$ 17.700,00	\$ 21.210,00	\$ 25.773,00	\$ 31.704,90
Ingreso por préstamo sin reembolso	\$ 165.000,00				
Total de Ingresos	\$ 165.000,00	\$ 45.000,00	\$ 53.100,00	\$ 63.630,00	\$ 77.319,00
Egresos					
Servicios básicos	\$ 360,00	\$ 378,00	\$ 396,90	\$ 416,75	\$ 437,58
Pago sueldos	\$ 11.900,00	\$ 12.600,00	\$ 13.300,00	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00
Gasto recurrente anual		\$ 6.742,41	\$ 7.366,41	\$ 6.742,41	\$ 16.576,41
Inversión	\$ 165.000,00				
Total de Egresos	\$ 165.000,00	\$ 12.260,00	\$ 19.720,41	\$ 21.063,31	\$ 21.159,16
Flujo neto	\$ -	\$ 32.740,00	\$ 33.379,59	\$ 42.566,69	\$ 56.159,85
Flujo acumulado	\$ -	\$ 32.740,00	\$ 66.119,59	\$ 108.686,28	\$ 164.846,13
VAN	\$163.605,75				

Fuente: Elaboración propia

3.5 Instrumento de elección del mejor escenario

Para este análisis, se realiza la validación por el VAN el cual es una herramienta para análisis de proyectos de inversión. Se define al VAN del proyecto como el “*valor actual/presente de los flujos de efectivo netos de una propuesta, entendiéndose por flujos de efectivo netos la diferencia entre los ingresos y los egresos periódicos*” (Roberto Mete, 2014)

Para actualizar los flujos netos, se utiliza una tasa de descuento o tasa de expectativa, alternativa u oportunidad, la cual indica la rentabilidad que se espera del proyecto para poder recuperar el valor de inversión otorgado, cubrir los gastos básicos definidos y obtener ganancias. Para ello se utiliza la siguiente fórmula, ver ecuación 3,1:

$$VAN = [\sum_{t=1}^n FE(t) * (1 + i)^{(0-y)}] + I_0 \quad (3,1)$$

Se definen las variables de la ecuación de la siguiente forma:

- **VAN:** Valor Actual Neto
- **FE(t):** flujo de efectivo neto (período: t)
- **i:** tasa de descuento
- **n:** número de periodos
- **I₀:** Inversión inicial

Para validar la factibilidad del proyecto en el ámbito financiero, el valor obtenido como resultado de la fórmula debe ser igual o mayor a 0, ya que de esta forma se confirma en la proyección que se ha podido recuperar el valor de la inversión, e incluso superarlo con ganancias. En caso de que este valor sea negativo, el proyecto se rechaza. Cabe destacar que, en el caso de que se presenten varios supuestos, el supuesto a elegir debe ser aquel que tengo el mayor valor de VAN.

3.6 Elección del mejor escenario

Tabla 3.17 Escenarios de financiamiento

Años		0	1	2	3	4	5
E-1	Flujo neto	\$ -	\$ -16.336,76	\$ -22.447,17	\$ -22.035,07	\$ -19.849,41	\$ -26.738,30
	Flujo acumulado	\$ -	\$ -16.336,76	\$ -38.783,92	\$ -60.818,99	\$ -80.668,40	\$ -107.406,70
	VAN		\$ -78.377,02				
E-2	Flujo neto	\$ -	\$ 6.163,24	\$ 6.802,83	\$ 15.989,93	\$ 29.583,09	\$ 37.523,95
	Flujo acumulado	\$ -	\$ 6.163,24	\$ 12.966,08	\$ 28.956,01	\$ 58.539,10	\$ 96.063,05
	VAN		\$ 64.923,46				
E-3	Flujo neto	\$ -	\$ 10.240,00	\$ 4.129,59	\$ 4.541,69	\$ 6.727,35	\$ -161,54
	Flujo acumulado	\$ -	\$ 10.240,00	\$ 14.369,59	\$ 18.911,28	\$ 25.638,63	\$ 25.477,08
	VAN		\$ 20.305,27				
E-4	Flujo neto	\$ -	\$ 32.740,00	\$ 33.379,59	\$ 42.566,69	\$ 56.159,85	\$ 64.100,71
	Flujo acumulado	\$ -	\$ 32.740,00	\$ 66.119,59	\$ 108.686,28	\$ 164.846,13	\$ 228.946,83
	VAN		\$ 163.605,75				

Fuente: Elaboración propia

A partir del gráfico anterior y junto a las especificaciones dadas por el instrumento de elección, podemos constatar que el mejor escenario para la proyección del flujo de caja es el Escenario 2, en el cual se establece realizar un préstamo a una entidad bancaria con el supuesto de proyección de turistas de 6.000 personas al año. La razón por la cual se ha decidido tomar este escenario como el óptimo para el proyecto y su inversión es debido a las siguientes observaciones:

- El Escenario 1 no era una opción atractiva debido a que no cumple con el requisito clave de factibilidad, es decir, no se recupera el valor invertido.
- El Escenario 3 posee como características diferenciadoras el considerar una inversión no reembolsable para el museo y mantener una proyección más realista de afluencia de turistas en base al registro histórico de visitantes del Museo Valdivia. La razón por la cual no es conveniente este escenario es debido a que en el quinto año se presenta un valor de flujo neto negativo. Cabe recalcar que se estima un valor de pago corriente en ese año por renovación de valla publicitaria. Al ser un valor negativo, aunque el VAN sea positivo, se rechaza.
- El Escenario 4 presenta la característica de obtener una inversión no reembolsable y con el supuesto de que se proyecten 6.000 turistas anuales. Aunque este escenario es el más beneficioso para el museo, no se considera realista debido a la inversión sin retorno de la cual depende para que estos valores sean positivos. En base a esta consideración, se rechaza.

Por lo tanto, se determina que el escenario con mayor factibilidad es el Escenario 2 ya que en comparación al escenario 3, no se presenta un valor negativo en el flujo neto, y al compararse con el escenario 4, el elegido es más realista.

CAPÍTULO 4

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

El objetivo principal de este proyecto fue realizar el análisis para determinar la factibilidad de la rehabilitación y remodelación del Museo Valdivia de la provincia de Santa Elena. En base a la investigación realizada mediante entrevista a experto en el área arqueológica, encuestas a potenciales visitantes y flujo de caja, se han determinado las siguientes conclusiones basada en los objetivos específicos de nuestro proyecto:

1. Los turistas están dispuestos a ejercer un pago por la visita y realización de actividades dentro de un museo arqueológico, puesto que existe una iniciativa para ejercer turismo a instalaciones donde se impulse el conocimiento de las culturas y el desarrollo socioeconómico de la localidad, lo cual implica la implementación de áreas dentro del museo donde se realce la historia y se pueda revivir de manera personal las acciones de los antepasados.
2. El comportamiento del turismo dada la nueva normalidad por el COVID-19 tiene un paulatino aumento desde mediados del 2020, lo que permite tener una mayor cantidad de turistas en la provincia de Santa Elena, que se convierten en visitantes potenciales para el museo. Se espera un aumento del promedio de visitantes de 80 a 1.000 en el mes durante el primer año de actividades, generando así un aumento en el ingreso neto de la administración del museo.
3. Bajo las condiciones de inversión inicial que se propone para nuestro proyecto, las vías de financiamiento se reducen a: un préstamo a una institución financiera nacional con pago anualizado o un préstamo a una institución pública o privada sin pago requerido. Estas opciones influenciarán de manera radical en la toma de decisión basado en el flujo de turistas esperado.
4. Las carreras de Turismo, Diseño Gráfico e Ingeniería Civil realizaron su respectiva proyección de costos y gastos para la inversión inicial, valores que se consolidaron para el financiamiento requerido. Además, desarrollaron la proyección de gastos recurrentes anuales que fueron tomados en cuenta para determinar la factibilidad del proyecto. Se requiere que los valores sean contrastados con los del mercado para obtener resultados lo más precisos

posibles. En este caso el valor de la inversión inicial total fue de \$165.000,00 dólares.

5. Los diferentes escenarios que se presentaron recalcan la importancia del flujo de visitantes al museo Valdivia, dado a que de estos dependía de que los ingresos netos de la administración sean beneficiosos para el sustento anual. La proyección de flujo de turistas demostró la posibilidad de llegar a 1.000 visitantes durante el primer año de actividades, pero el análisis de factibilidad mostró la necesidad de que se llegue a un promedio de 6.000 visitantes aproximadamente para que el proyecto sea factible con un préstamo a una institución financiera, esto manteniendo fijos los 4.000 visitantes colegiales al año.

4.2 Recomendaciones

Las recomendaciones para el desarrollo de actividades dentro del Museo Valdivia basado en lo resuelto en este proyecto son las siguientes:

1. Implementar el desarrollo social de la comuna para que se comprometa a contribuir con la atención del turista y se promueva el museo mediante la comunicación de boca a boca, publicaciones en redes sociales o invitación a visitar el museo a familiares y amigos.
2. Hacer seguimiento del convenio de turismo escolar hecho entre el Ministerio de Cultura y Patrimonio y el Ministerio de Educación, intentando mejorar las condiciones en que los estudiantes visitan el museo y que se desarrolle en ellos el deseo de conocer más la cultura.
3. Establecer un valor fijo que el cabildo de la Comunidad Valdivia deba entregar al museo para su financiamiento anual, independientemente de quienes lo lideren, ayudando así a mantener ingresos netos que proyecten mejoras en las instalaciones.
4. Llevar la existencia y actividades del museo a sectores internacionales, mediante lo cual se pueda captar el interés de instituciones que aporten económicamente al mantenimiento anual del museo y que promuevan su visita.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, H., Benavides, V., Cedeño, J., & Bricio, K. (2019). Patrimonio cultural del Cantón Santa Elena y su influencia en los medios de difusión turísticos. *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación*, 31-36.
- Banco Central del Ecuador. (octubre de 2021). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://bit.ly/3KwOhEA>
- BanEcuador. (febrero de 2022). *Tasa de Interés*. Obtenido de BanEcuador: <https://bit.ly/367lqHr>
- Canales Cerón, M. (2006). *Metodologías de la investigación social*. Santiago de Chile: LOM Ediciones.
- Castillo, J., & Zhangallimbay, D. (2021). La tasa social de descuento en la evaluación de proyectos de inversión: una aplicación para el Ecuador. *Revista de la CEPAL*.
- El Universo. (18 de agosto de 2017). *Museos para visitar en Guayaquil, direcciones, horarios de visitas, costos*. Obtenido de El Universo: <https://bit.ly/33Eoxpe>
- Galán, J. S. (25 de junio de 2015). *Estudio de Mercado*. Obtenido de Economipedia.com: <https://bit.ly/3KAleiv>
- Gobernación de Santa Elena. (2021). *Turismo en la provincia*. Obtenido de Gobernación de Santa Elena: <https://bit.ly/2ZtQRYQ>
- INEC. (10 de Enero de 2013). *INEC presenta sus proyecciones poblacionales cantonales*. Obtenido de INEC: <https://bit.ly/3Kydsqo>
- Lasso, M. J. (Marzo de 2018). *Biblioteca de Defensoría Pública del Ecuador*. Obtenido de <https://bit.ly/3tP4nU0>
- Luna, R., & Chavez, D. (marzo de 2001). Guía para elaborar estudios de factibilidad. Guatemala: PROARCA /CAPAS/USAID.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados*. México: Pearson Educación.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (12 de 02 de 2015). *Centro Cívico Ciudad Alfaro un destino cultural de Manabí*. Obtenido de Gobierno del Encuentro: Cultura y Patrimonio: <https://bit.ly/33Zjrn7>
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2021). *Museos*. Obtenido de <https://bit.ly/3liMAc2>
- Ministerio de Turismo. (2020). *Comportamiento del Turismo Provincia de Santa Elena dada la Nueva Normalidad generada por la Afectación del Virus COVID-19*. Quito.

- Ministerio de Turismo. (2020). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Rendición de Cuentas: <https://bit.ly/3nJUumH>
- Miranda, J. J. (2003). *Gestión de Proyectos, Evaluación Financiera Económica Social Ambiental* (Quinta ed.). Bogotá, Colombia: MM editores.
- Organización Mundial de la Salud. (2020). *Brote de enfermedad por coronavirus (COVID-19)*. Obtenido de Organización Mundial de la Salud: <https://bit.ly/36zyK45>
- Pita, D. (2021). *Informe de Visitantes "Hojas-Jaboncillo"*. Portoviejo: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.
- Prefectura de Santa Elena. (29 de octubre de 2009). *Historia*. Obtenido de Prefectura de Santa Elena: <https://bit.ly/3vQIKln>
- Prefectura de Santa Elena. (29 de octubre de 2009). *Provincialización*. Obtenido de Prefectura de Santa Elena: <https://bit.ly/3GtSs21>
- QuestionPro. (s.f.). *Encuestas autoadministradas ¿Cómo funcionan?* Obtenido de QuestionPro: <https://bit.ly/3FKfwYM>
- Quiroa, M. (04 de julio de 2020). *Estudio de Factibilidad*. Obtenido de Economipedia.com: <https://bit.ly/3KBNZfU>
- Roberto Mete, M. (2014). Valor Actual Neto y Tasa de Retorno: Su utilidad como herramienta para el análisis y evaluación de proyectos de inversión. *FIDES ET RATIO - Instituto de Investigación en Ciencias Económicas y Financieras - Universidad La Salle*, 67-85.
- Sampieri, H. (2006). Tipos de Investigación. *Revista Científica General José María Córdova*, 13-14.
- Silva, F., Medina, P., Jiménez, W., & Sarzosa, S. (2007). Estudio de Factibilidad para elaborar barras energéticas con insumos andinos. *Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración*.
- Velasco, J. F. (2020). *Acuerdo Ministerial No. DM-2020-063*. Quito: Ministerio de Cultura y Patrimonio.
- Vera, E. (2015). *Plan de desarrollo económico para la comuna Valdivia, parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena Año -2015*. Santa Elena: Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Zafra, O. (2006). Tipos de Investigación. *Revista Científica General José María Córdova*, 13-14.

APÉNDICES

APÉNDICE A

Entrevista a Experto – Dr. Gerardo Castro

1. Introducción

El museo Valdivia, ubicado en la comuna del mismo nombre, ha mantenido activo el sitio arqueológico desde su creación. Durante los últimos años, se ha visto afectado por el deterioro de sus instalaciones, provocado por la falta de mantenimiento apropiado, la falta de cuidado de las reliquias, la baja afluencia de visitantes y la competencia que presentan varios atractivos cerca del sector. La emergencia sanitaria causada por el COVID-19 ha ocasionado que estas problemáticas se acentúen más, causando que las deudas que ya tenía el museo se eleven a un punto crítico para sus encargados. Los ingresos del museo se basan principalmente en las visitas de los turistas las cuales han disminuido. Por este motivo, se requiere de una reestructuración física, financiera y de marketing del museo con la finalidad de lograr una auto sustentación de este y preservar el valor histórico intangible que representa la cultura Valdivia.

Para esto, se ha planteado como tesis de grado el Análisis de factibilidad de la rehabilitación y remodelación del Museo Valdivia, el cual establece los siguientes objetivos:

a. Objetivo General

Determinar la factibilidad financiera de la rehabilitación y remodelación del museo Valdivia de la Provincia de Santa Elena.

b. Objetivos Específicos

1. Estudio de mercado de los servicios del museo.
2. Establecer la estimación del flujo de turistas y del ingreso generado por visitas.
3. Establecer las vías de financiamiento para obtener la inversión inicial para el arranque del proyecto de remodelación.
4. Realizar un análisis financiero de los proyectos de remodelación y rehabilitación propuestos por las demás carreras.
5. Determinar la factibilidad de las opciones de financiamiento presentadas durante el desarrollo del análisis financiero.

2. Puntos por destacar

El objetivo principal de esta entrevista es la recolección de información con respecto al proceso para convertir una Zona Arqueológica en un Parque con esta temática. Se desea conocer el proceso legal, financiero y estructural que permitió de este proyecto ser un caso de éxito. Su experiencia con respecto al proyecto Parque Arqueológico “Hojas-Jaboncillo”.

3. Preámbulo

Buenas tardes, nuestros nombres son Carlos Macías y Ariana Riofrío. Somos estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas de la ESPOL y como parte de nuestro proyecto integrador, agradecemos que haya aceptado participar de esta entrevista donde conversaremos sobre el Desarrollo y Mantenimiento del Parque Arqueológico “Hojas-Jaboncillo”.

Puesto que la entrevista es por medios digitales, si presenta complicaciones con la conexión a internet, por favor, comuníquelo. El tiempo de duración de la entrevista es entre 20 a 30 minutos aproximadamente. La información obtenida de esta entrevista será utilizada con fines estrictamente académicos y de investigación. En caso de requerir más información, puede contactarse con la docente Mariela Pérez Moncayo al correo marperez@espol.edu.ec quien podrá brindarle más información referente al tema.

4. Entrevista

a. Información del Entrevistado

- i. Podría indicarme: ¿Cuál es su nombre? y ¿Cuál es su carrera?
- ii. ¿Cuál es su carga o responsabilidad en el Museo?

b. Información sobre Parque Arqueológico “Hojas-Jaboncillo”

i. Información General

1. El parque arqueológico “Hojas-Jaboncillo”: ¿Cómo nació?
2. ¿Qué diferencia a un parque arqueológico de un museo arqueológico?

ii. Visitantes (Información Sociodemográfica)

1. ¿A qué público se encuentra dirigido?
2. ¿Qué considera usted que hace atractivo al parque para turistas nacionales y extranjeros?
3. ¿Cuál considera usted es el perfil de los turistas o visitantes que llegan al parque arqueológico? (edad, género, región)

iii. Actividades

1. ¿Qué actividades el turista puede realizar dentro del Parque Arqueológico?

2. ¿Cuánto tiempo promedio gasta un visitante en realizar las actividades turísticas o visitas al Parque Arqueológico?
 3. ¿De qué manera un museo arqueológico puede tener incidencia cultural y económica en sus comunidades aledañas?
 4. ¿Usted considera que las visitas al parque (o museos arqueológicos) son planificadas o son turistas ocasionales? (se enteran del museo y tienen tiempo para la visita)
- iv. **Financiamiento y Reestructuración**
1. ¿Cuál fue el medio por el que se consiguió la inversión inicial para el proyecto “Hojas-Jaboncillo”?
 2. ¿De qué manera se sustenta financieramente el parque arqueológico?
 3. ¿Se realizó algún cambio significativo para incentivar o promocionar la atención de visitantes y turistas?
- v. **Factibilidad**
1. ¿Qué características debe cumplir un proyecto arqueológico para que este sea viable?
 2. ¿Cuáles son los obstáculos más prominentes en la actualidad para el manejo y conservación de museos en general y en el de “Hojas-Jaboncillo”?
 3. Frente a la actual pandemia de COVID-19, ¿Qué actividades considera usted primordiales para mantener cultural y financieramente un proyecto como el suyo?
 4. ¿Cuál cree usted que va a ser el futuro del Parque Arqueológico y cuáles pueden ser las posibles innovaciones o actividades por ofrecer a futuro?

5. Cierre de entrevista

Estimado Gerardo Castro, agradecemos su cooperación, valoramos su conocimiento y el compartir de estos durante el desarrollo de esta entrevista. Tenga usted una excelente jornada.

6. Transcripción de Entrevista

Ariana Riofrío: *“Mucho gusto, vamos a empezar con nuestra entrevista a expertos en el cual vamos a hablar sobre el Desarrollo y Mantenimiento del Parque Arqueológico “Hojas-Jaboncillo”.*

-Se encuentra un error de sonido en la comunicación por ruido de fondo, se corrige el error y se realiza prueba de sonido-

Ariana Riofrío: *“Vamos a empezar con una breve introducción y presentación por parte de los entrevistadores, es decir, por parte de mi compañero y mío...”*

*-Se procede a explicar el contenido presentado en los puntos 1 a 3 del Apéndice A-
“...Así que vamos a proceder con respecto a la entrevista. ¿Cuáles son los puntos clave de nuestra entrevista? Son información por parte suya, como nuestro entrevistado. E información sobre el parque arqueológico “Hojas-Jaboncillo”, de lo cual se va a hablar de la Información General, información sobre los Visitantes o Información Sociodemográfica, Actividades, Financiamiento y Reestructuración, y Factibilidad. Entonces, con su permiso, vamos a empezar con las preguntas.”*

Gregorio Castro: *“Claro que sí.”*

Ariana Riofrío: *“Listo. Muchísimas gracias. Entonces, comencemos con la Información General. ¿Podría indicarme por favor, de parte suya, su nombre, su carrera y su cargo o responsabilidad en el museo?”*

Gregorio Castro: *“Gerardo Castro, director del Centro de Investigaciones e Interpretación “Hojas-Jaboncillo”. Yo soy arqueólogo graduado de ESPOL, de la Escuela de Arqueología. Tengo estudios de postgrado tanto en Arqueología del Neotrópico como en Historia pre-andina. Actualmente, formo parte de un esfuerzo institucional, el parque arqueológico Hojas-Jaboncillo, forma parte de la Red Nacional de Áreas Arqueológicas y, de forma específica, es administrado por una entidad pública, el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, es la autoridad nacional en temas de patrimonio. Es una entidad especializada del Ministerio de Cultura y Patrimonio del estado ecuatoriano.”*

Ariana Riofrío: *“Listo. Muchísimas gracias. Entonces, gracias a esa información, pasemos entonces a la información sobre el Parque Arqueológico “Hojas-Jaboncillo”. Vamos a pasar por la información general. Primero quisiéramos saber, este parque arqueológico, ¿Cómo nació? ¿Cómo creó esta idea, este proyecto?”*

Gregorio Castro: *“El concepto de un parque arqueológico en la provincia de Manabí es la materialización de una política pública que se establecía en la Constitución de Montecristi tiene varios elementos que hablan justamente de la construcción de un sistema nacional de cultura, de un sistema de sitios de una red nacional de áreas arqueológicas, estos son los principios globales, como las constituciones suelen pues mencionar estos grandes enunciados. A continuación, el otro elemento o el otro antecedente es un mandato constituyente, fue emitido por esta asamblea que hablaba de la recuperación patrimonial de la ciudad de Montecristi, cuna de Eloy Alfaro, y también mencionaba a la cadena montañosa Hojas-Jaboncillo, de la que se tenía durante casi un*

siglo de forma esporádica información de un gran yacimiento arqueológico. Entonces, en cumplimiento, en materialización de esto que estaba escrito en el papel, se comienza a transformar en un gran proyecto de investigación arqueológica. El resultado de estas investigaciones a partir del año 2010 tomó forma un acuerdo ministerial mediante el cual se reconoce un polígono de protección patrimonial que es el más grande del Ecuador, este justamente para hacer un paralelo con lo que usted ha señalado en su introducción, Ariana, sobre la tesis para Valdivia. Valdivia tiene un proceso parecido, hay un acuerdo ministerial que establece un polígono de protección. En el caso de Valdivia, me parece que el área nuclear es de ciento y tantas hectáreas y el área de amortiguamiento poco menos de 1.000, que es la extensión de la comuna Valdivia. Para el caso de Hojas-jaboncillo, se habla de 3.750 hectáreas, ese es el polígono de protección patrimonial, y otra vez, haciendo el Paralelo con Valdivia, inmediatamente el estado ecuatoriano financia un proyecto de investigación que se comenzó a ejecutar a partir del 2011 y se desarrolló hasta el año 2016, más o menos durante unos 5 años. En su primera etapa estuvo dirigida por un arqueólogo académico muy conocido por todos nosotros, el doctor Jorge Marcos, y se contó con un equipo amplio de investigadores. Entonces, ahí es donde ustedes van estableciendo los puntos que construyeron las fortalezas del proyecto Hojas-Jaboncillo, el tener una legislación sólida que nació en un mandato Constituyente, el haber contado con un equipo académico desde el inicio de su desarrollo y el tener un financiamiento construido justamente con unas preguntas de investigación, construido a partir de la necesidad de entregar, de devolver derechos culturales ¿verdad? La Constitución habla de pueblos, de nacionalidades, habla de la parte arqueológicas. Entonces, el parque Hojas-Jaboncillo es un proyecto que busca materializar, insisto ¿no?, que busca que estos derechos que aparecen en los documentos se transformen en elementos y uno de ellos es el turismo, otro de ellos es la educación, otro de ellos es la investigación. Son formas de devolver a la ciudadanía esta información. Con estos antecedentes, sobre esta base, hoy en día el INPC (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural), realiza un proceso de ampliación del polígono de protección a casi 8.000 hectáreas a partir justamente de datos duros de investigación, sabíamos que la transformación de las cordilleras, se ha confirmado las sospechas que se tuvo que durante un siglo en investigación de que hubo lo que literariamente se ha llamado la Ciudad de los Cerros que, en términos más formales, es una ocupación que ha transformado las laderas, causado las quebradas, causados los cauces naturales y práctico agricultura de altura, que utilizó la bruma costera y que tuvo niveles importantes

de complejidad política. Todo esto lo podemos afirmar es por los 5 años de la investigación, ¿no? Valdivia nació con justamente producto de la investigación de la época clásica, de la arqueología ecuatoriana en los años cincuenta y aplicando lo que era en su momento investigación de punta, ¿no? Recuerde usted que estaba en instituciones como el Smithsonian que hasta el día de hoy es un referente de calidad investigativa ¿no? Solo que no hubo una continuidad, se hizo la arqueología en los años 60, en los años 70, algo en los 80, pero el foco de atención de Valdivia se desplazó a un sitio que también es conocido por todos nosotros, Chanduy, dónde hay justamente un museo, entonces esa falta de continuidad y de definición de cómo devuelve usted los resultados ¿no? Acá se ha construido un arqueológico museo, acá hay una infraestructura, observé la imagen al inicio de su presentación ¿no? Se ha invertido en centros de interpretación local, se ha invertido en capacitación de las comunidades, se ha recuperado elementos de la tradición local. Entonces en Valdivia esto se dio, pero ha sido muy, no ha sido sistemático, no es un esfuerzo que nace de un proyecto estructurado como se lo hizo en Hojas-Jaboncillo. El primer elemento y esto va siempre a ser importante, el financiamiento, pero si usted no tiene un plan este financiamiento corre el riesgo de caer en saco roto, acá se contó con un plan. Entonces el esfuerzo de una planificación para el desarrollo de un proyecto es un elemento clave para que haya una sostenibilidad lo cual le va planteando por supuesto nuevos retos ¿no?”

Ariana Riofrío: “Si claro, listo, muchas gracias, en realidad me ayudó muchísimo ahorita para aclarar muchas dudas que teníamos con respecto a cómo llevar a cabo un proyecto tan grande. Una pregunta que tendría es ¿Existe una diferencia entre lo que es el parque arqueológico a un museo arqueológico? ¿Hay una diferente estructural quizás?”

Gerardo Castro: “Es atinada su pregunta y justamente parpe en esta, en lo que usted me acaba de preguntar. Tiene usted la Constitución y este es el paraguas para todo, me refiero tanto para Hojas-Jaboncillo como para Valdivia. La Constitución es para todo el territorio ecuatoriano no incluido las siglas y lo que está en el subsuelo, al menos eso esperaban los assembleístas. De ahí usted tiene una ley de Cultura que es orgánica y tiene unos reglamentos. La ley de cultura es del 2016, piense usted que la declaratoria de Valdivia como patrimonio, su polígono patrimonial es del año 98 me parece, 95. O sea, es anterior al actual cuerpo legal, entonces permítame un poquito esta introducción para poder centrar la idea. Si usted tiene un Hojas-Jaboncillo que es totalmente armónico a la legislación vigente, que recibió financiamiento y que era parte de un esfuerzo público justamente de poder tener proyectos que visibilicen que la ciudadanía ya observe, o sea,

no un documento, no un libro que presupuestos son importantes, sino algo que la gente pueda visitar, algo que la gente pueda ver, diríamos ahora en 3D y 4K. Valdivia es parte del proceso previo, no tuvo continuidad, pero el marco legal que permite el desarrollo de Hojas-Jaboncillo es el que también puede permitir que un proyecto como Valdivia se inscriba dentro del Sistema Nacional de áreas arqueológica y paleontológica y dentro de la Red Nacional de Museos. Dicho esto, lo que se está construyendo ahora a nivel nacional y Hojas-Jaboncillo es como el laboratorio, eso ya las herramientas que le permiten hacer la gestión de áreas grande. Cuando hace 20 o 30 años hablábamos de parques ambientales no teníamos la legislación operativa, o sea, había la ley, ni siquiera se llamaba ley de ambiente, había principios de biodiversidad, había el marco de la ley forestal que fue evolucionando a un código ambiental como lo tenemos ahora ¿no? Cuando se inició el Sistema Nacional de áreas naturales no había una tipología de lo que era un parque, lo que era una reserva de biosfera, una reserva de producción faunística, esto es producto del desarrollo del ejercicio práctico de manejo y de la investigación. Hace 30 años, cuando se inició el sistema de ambiente, usted contaba con los dedos de las manos la cantidad de facultades dedicadas a la formación de expertos en temas ambientales, llámense biólogo, llámense oceanógrafos, llámense ingenieros forestales o ecólogo o ya disciplinas que buscan la integración de varias herramientas ¿no? Eso es un poco lo que comenzamos a vivir desde el área, en el ámbito de la arqueología, que se está reactivando las escuelas ¿no? Entonces, con este antecedente necesario para ubicar su respuesta, dentro del Ministerio de Cultura y el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural se está desarrollando una tipología similar a la que en su momento se desarrolló para el sistema de ambiente, para el sistema de parques y de reservas, etcétera, ¿no? Dentro de esta tipología hay cuatro o cinco categorías eso todavía no está probado, está en proceso de construcción. La máxima categoría, al igual que en la red ambiental es el parque. Hojas-Jaboncillo sería, está en proceso de convertirse en el primer parque arqueológico del país con todas las herramientas de manejo que esto implica, ¿no? Un plan de manejo, la confluencia de varios ámbitos desde la investigación hasta la parte comunitaria, desde la interpretación que es el correlato o el paralelo a un tema de museo ¿no? En el Ecuador, ha habido museos de sitio, que es el caso por ejemplo del Mogote, de Real Alto, este es un museo que permite entender la investigación dentro de un yacimiento arqueológico, en este momento no recuerdo cuántas hectáreas, creo que son 8 o 10, no es muy grande. Valdivia es la expresión también de un museo de sitio dentro de un área nuclear que en su momento me parece

que tuvo algo así como 70 ha y que hoy está reducido a casi la tercera parte. Lo de acá, estamos hablando de un parque arqueológico de 3.500 ha, lo cual implica unas responsabilidades desde el financiamiento hasta las herramientas, hasta el método, las herramientas operativas, entonces al construir las tipologías como sistema público, tenemos la capacidad para poder actuar con herramientas, no en base de decir hay una crisis y decreto una emergencia y a ver qué pongo ahí en esa, dentro de ese proyecto de emergencia sino que usted ya sale de la emergencia y entra a la capacidad entra a la gestión ¿no? Entonces, la experiencia que se construye en Jaboncillo nos va a permitir como sistema público poder responder de una forma más continuada, más sostenida, y a su vez abrir el espacio a la cooperación, ya sea internacional o local porque usted ya tiene un plan, tiene unas metas, tiene unos objetivos, tiene unos actores, tiene unos niveles ya de construcción interna ¿no? Tiene gente con la cual reunirse, entonces al tener estas herramientas de planificación, estas herramientas de gestión, estamos en otro momento. Eso es lo que podría decir. No sé si queda clara mi explicación.”

Ariana Riofrío: Si, muchísimas gracias, ver que existen diferentes tipos y como abarca este tipo de proyectos me ayudan mucho, más que todo porque una pregunta que quizá le podía hacer para tener un poquito más claro la parte de la diferencia entre parques es algo mucho más grande, mucho más general, abarca tanto, el museo Pumapungo que se encuentra en Cuenca, ¿en qué nivel estaría más o menos? Porque recuerdo que realmente un lugar muy amplio y pensaba que eso podía ser un ejemplo de parque arqueológico, pero parece que todavía no entraría en la categoría.

Gerardo Castro: “Si nos vamos por una definición más cercana a los sistemas ambientales, no, porque el parque arqueológico combina el museo de sitio, ahí sí todos estamos ¿no? Ósea, el museo en el sentido clásico que todos entendemos un museo ¿no? Igual donde usted entra, reciben información, hay unos objetos ¿verdad? Con mayor o menor elementos explicación, entonces estos son los museos. El museo de sitio es en el sentido arqueológico es porque está adyacente a un área, ahí estamos todos en las mismas condiciones, tanto el Hojas-Jaboncillo, Valdivia o Pumapungo. ¿En qué momento se marca la diferencia? En la extensión, pero no solo en la extensión en el sentido del tamaño, sino en la cantidad de actores que participan en la gestión de un yacimiento arqueológico, Pumapungo en este momento tampoco recuerdo cuantas hectáreas son, deben ser unas cuatro o cinco hectáreas, enclavado en medio de la ciudad de Cuenca, tiene un solo propietario que es el Ministerio de Cultura, este fue en su momento parte del Banco Central, de las áreas culturales del Banco Central cuando

esto desaparece todo pasó al Ministerio de Cultura, recuerde que el Banco Central era y sigue siendo parte del sector público, entonces todo esto fue absorbido. Valdivia es parte de una comunidad, Real Alto, el Mogote, al menos en sentido general, también es parte de la comunidad de la comuna del Pichincha me parecen, no estoy muy claro, pero es parte de alguna comuna, llegaron a algún tipo de convenio debidamente legalizado con ESPOL para compartir la gestión, que ESPOL haga la gestión y de alguna forma la comunidad participa. Hojas-Jaboncillo participan tres municipios de la provincia de Manabí, tiene alrededor de 16 comunidades involucradas, una de ellas bastante grande la parroquia Picoazá y alrededor de Hojas-Jaboncillo tiene tierras rurales, ¿no? Alrededor de Hojas-Jaboncillo usted tiene articulados, alrededor de 100 sitios arqueológicos. Tiene usted un gran polígono, un espacio cerrado, este es el concepto de polígono, tiene un gran polígono de 3.000, en este momento, de 3.700 ha, este polígono está pasando a como una figura geométrica cerrada ¿no? Está pasando a casi 8.000 hectáreas, fuera de estas 8.000 hectáreas usted tiene alrededor de 100 sitios arqueológicos de media hectárea, de una hectárea, de 20 hectáreas, tanto desde la línea de Costa como del Valle Seco y otras cordilleras. Entonces aquí tiene todo un hilo conductor que es la presencia de una cultura arqueológica llamada manteña y todos estos sitios usted encuentra este vestigio y hay un viaje a través de la investigación una línea de diálogo, un cordón umbilical, ¿verdad? En el caso de Pumapungo, si quisiéramos ampliar la mirada a los 200 o 300 sitios que hay alrededor de Cuenca, incluida la ciudad, el día de hoy en el diario El Comercio que encuentran, en El Mercurio perdón, que encuentran un colega que investiga la presencia de cerámica arqueológica en los pisos inferiores de una iglesia de dos o tres siglos ahí en la ciudad, ¿no? Entonces, si usted junta todos los sitios arqueológicos alrededor de Pumapungo ¿verdad? Que incluya el cantón Cuenca, el cantón Cuenca es enorme, casi el 70% de la de la provincia del Azuay, si usted junta todo esto, usted está en términos de espacio, en términos del paisaje, llegando a un nivel en donde ya usted puede usar la figura de un parque porque le combinan, en sentido geográfico, en sentido histórico, varios momentos de ocupación, en el sentido del manejo porque tiene que tomar contacto con varios actores y si no podríamos hablar de un, aunque en la legislación no lo prohíbe, no podríamos hablar de un parque pequeño y propiedad solo del Ministerio de Cultura, tiene que ser ahí la imagen mucho más, mucho mayor, ahora esta tipología está en construcción todavía, no son criterios ya definidos o cerrados, justamente en la discusión que yo le hago es parte de las discusiones internas que se están teniendo para poder hacer una definición y una separación ¿no? De cada

una de las categorías que estaríamos usando, ¿Cuál es la línea de división? Es su pregunta justamente ¿no? ¿Cuál es la línea de división entre el museo con el museo de sitio? ¿Cuál es la línea de división del Museo de sitio con el parque? Hasta aquí más o menos lo más claro es el tamaño que tiene ahí en medio muy operativo ¿no?

Ariana Riofrío: *"No, sí, muchísimas gracias. Era una duda que tenía por lo que se ofrece, por el tamaño, con las comunidades adyacentes también ya que, este, por ejemplo, en nuestro caso, el museo Valdivia tiene varias comunas cerca existen otros, por ejemplo, existen comunas como la de San Pedro, tenemos otras comunas alrededor tenemos otros sitios arqueológicos que se encuentran cerca me acuerdo que incluso el día que fuimos a hacer una observación de campo, pudimos observar que había cerca unos entierros Huangala, pero eran cosas que encontraban en casas de vecinos y me llamaba mucho la atención si podemos incluirlo o traerlos junto al museo, como que, tomarlos en cuenta para la construcción o como parte del museo en cierta forma y gracias a eso tengo una mejor idea de incluso de cómo promocionar nuestro museo, ahora-"*

Gerardo Castro: *"Romina, los sitios que usted hace referencia en Valdivia están dentro del área de primer orden, ósea, efectivamente estarían relacionados, están dentro de la delimitación de primer orden. De acuerdo a la ley ecuatoriana, y está no ha variado mucho, usted tiene, por ejemplo, un polígono el de Valdivia tiene 1000 hectáreas no 1100 algo así no recuerdo con exactitud y tiene un área de primer orden que supuestamente es intangible, o sea tiene allí unos vestigios arqueológicos que en teoría nadie debería tocarlas, en la práctica no ha sido así, entonces los tres, cuatro puntos que usted me menciona están dentro del área de primer orden del polígono patrimonial de Valdivia, o sea tiene que verlos juntos, es mi observación, si lo está haciendo así es lo correcto."*

Ariana Riofrío: *"Listo, muchas gracias, ok, ahora vamos a pasar a la parte de los que son los visitantes, lo que sería la información sociodemográfica, quisiéramos tener una mayor idea que quienes estarían realmente interesados en visitar un museo arqueológico, así que como primera pregunta tendríamos ¿A qué público se encuentra dirigido, en este caso, es por el parque arqueológico de Hojas-Jaboncillo, ¿si me puede comentar un poco?" ... "Si me escucha, si me escucha, ¿disculpe?"*

Gerardo Castro: *"Sí, ahí ya, ahí ya Ariana. El museo del parque arqueológico Jaboncillo con respecto a los visitantes tiene varios servicios, hay que entender eso para ver para poder tener una aproximación de porque tenemos el tipo de visitantes que tenemos ¿no? Primer lugar, estamos ubicados a 10 minutos del centro de Portoviejo puede llegar en bus la gente si así lo tiene a bien ¿no? Hay una línea de buses que llega hasta la puerta*

del museo casi, se cuenta con, hay un complejo administrativo dónde hay un centro de investigaciones con laboratorios, con reservas y hay un museo que se le ha puesto en términos de marketing como arqueo museo, hay unas bibliotecas para escolares o para público más especializado, hay unos...

Ariana Riofrío: *"Perdón, no lo pude escuchar a lo último"*

Gerardo Castro: *"Si, es que me entró una llamada, hay un salón de, hay un aula que se usa para reuniones que también tiene el arqueo museo. Oka, y a unos tres kilómetros subiendo digamos así el cerro en medio del área de excavaciones dónde se hicieron las investigaciones arqueológicas hay tres centros de interpretación que funcionan como parte de un circuito y hay otros varios circuitos, con esta precisión, nosotros en el año 2021 estamos cerrando con alrededor de 20000 visitantes en este año de recuperación del COVID, antes del COVID la media era 30,000 visitantes, el museo se inauguró hace aproximadamente en el 2012 me parece, se inauguraron los centros de interpretación y el arqueo museo en el 17 y desde que se inició el proceso hasta la cifra que le doy antes del COVID de 30.000 personas, usted tiene una rata de crecimiento de aproximadamente el 20% anual, si usted lo compara con Galápagos que es la estrella de la corona, a su rata de crecimientos es del 8% sin COVID, cifras sin COVID."*

Ariana Riofrío: *"Ha crecido considerablemente, si se considera el efecto postpandemia, esta caída como tal, no ha sido tan, no se siente tanto como en otros casos, es muy impresionante la verdad, debo admitir, más que todo por el grado de afectación que tuvieron estas zonas turísticas. Me decía ¿disculpe?"*

Gerardo Castro: *"Si, ahora la composición de la visita es fundamentalmente nacional algo así como el 95% es nacional, no tenemos una estadística más fina, pero mi impresión que por lo menos la mitad es gente local ¿no? Portoviejo, Manta, Manabí en general. La otra mitad de esa cifra son visitantes nacionales de otras provincias, Guayaquil, etcétera y un segmento que este año casi no ha sido visible, por obvias razones, es de estudiantes escolares en su momento fue importante solo queremos retomar en función de los ritmos de la pandemia, pues ¿no? De las restricciones que se van poniendo, entonces, pero más allá de esto la estadística es clara. Este es un sitio arqueológico como una estrategia de, perdón, con unos resultados de crecimiento en turismo interno muy importante, este es un poquito puede ser un fenómeno interesante para observar en el caso de, en el caso de Valdivia. En el caso de Valdivia, la potencialidad del turismo interno para generar un círculo virtuoso ¿no? De visitantes."*

Ariana Riofrío: *“La verdad es un tema muy interesante más que todo porque a veces, incluso en la investigación que hemos recolectado, hemos visto que, aunque existen personas que se han interesado, quizás por razones más bien de transporte, por razones de la estructura como tal, el museo ha tenido muchos inconvenientes ya que existe cierto déficit respecto al mantenimiento, y bueno entre nuestras opciones como queremos ayudar a financiar y encontrar formas para poder ayudarle, esta información nos facilita mucho el análisis como tal, usted ¿Cuál considera que sea el mayor atractivo, lo que más atrae al parque para los turistas nacionales o extranjeros?”*

Gerardo Castro: *“En este momento, en realidad lo que la gente acude es porque es un sitio al aire libre ¿no? Es un sitio al aire libre donde hay una observación de la naturaleza, hay una observación privilegiada porque es un cerro de todo el...”*

Ariana Riofrío: *“Disculpe creo que se cortó la llamada”*

Gerardo Castro: *“...como un centro de visitantes o sea para organizarlos versus los que acuden hasta el área arqueológica a 3 km ya en el cerro es muy diferente, la mitad, ósea de cada cuatro visitantes, solo dos ingresan al primer museo, al que está en las Instalaciones, no la gran mayoría va hasta el área arqueológica y de los que llegan al área arqueológica, otra vez, por lo menos un 80% se quedará solo en los centros de interpretación ¿no? Ósea, hará la observación de la naturaleza, hará la observación del paisaje, verá al Bosque Seco, caminará un poco pero no hacen el recorrido de una hora u hora y media, eso lo hace solo un 20% de personas. Hay un servicio de camping ¿no? Eso lo hará el 0.05% de la gente ¿no?, ya otro tipo de, ósea ¿no? Enfatizo más que nada en el sentido de que las posibilidades de ampliación y de desarrollo de servicios más especializados está totalmente abierta porque la gente va y acude para salir digamos de la rutina diaria, tener el acceso a una nueva información, el punto de vista de la arqueología, recibir una educación ambiental y ver la naturaleza a muy corta distancia del centro poblado ¿no? En su estado más, no prístino, pero natural al fin.”*

Ariana Riofrío: *“Listo, y para finalizar con la parte de los visitantes y esta información sociodemográfica cual considera entonces, para usted, que sería el perfil como tal de estos turistas, estos visitantes que recibe, son más que todo en la parte y, podría decirse que están por la edad, por el género, quizás por la parte de la región por la que vienen, entiendo que la mitad sean cercanos, otra mitad sean ya de provincias externas, entonces nos gustaría saber un poquito más de esa parte.”*

Gerardo Castro: *“Si, le puedo pasar un cuadro que tenemos estadístico”*

Ariana Riofrío: *“Si, nos ayudase muchísimo”*

Gerardo Castro: *“Al correo le envío, le puedo pasar un poquito más tarde un cuadro y una evaluación de las tendencias, ahí ustedes pueden ver con, o sea en términos generales lo que le acabo de quitar, pero ahí si hay diferencia de edad y todo lo demás ¿no? Es una visita familiar básicamente.”*

Ariana Riofrío: *“Ah ya, listo, muchas gracias. Entonces pasemos a lo que respecta a las actividades, ¿qué actividades generalmente el turista puede realizar dentro del Parque Arqueológico? Entiendo que entre ellos se encuentran lo que es el camping, por ahí creo que vi también que existen cafeterías cuando estaba revisando.”*

Gerardo Castro: *“En este momento, en la visita se...”*

Ariana Riofrío: *“Disculpe, no lo escucho”*

Gerardo Castro: *“...diferentes momentos de miembro de la comunidad de la ciudad de Portoviejo, Manta, etcétera, ¿no? Con un guion que busca desarrollar esta idea de la Ciudad de los Cerros, a continuación se avanza alrededor de 3 kilómetros estoy hablándole en vehículo ya usted ingresa a una vía semirural o rural la vida de la vía de tercer orden pero con condiciones aceptables, llega hasta una altura más o menos de unos 150 m o algo así, o quizás menos, unos 100 metros que se sube mucho hay un parqueadero entonces hay unos centros de interpretación con una infraestructura básica, es decir, servicios higiénicos, parqueadero, caminerías, ¿verdad? Centro de interpretación con una museografía, hay un particular que da un servicio de cafetería, solo estamos reformando para ampliar y que sea con mayor participación y de forma paralela y nosotros tenemos un servicio de guía ¿no? Le estoy hablando como entidad pública, tenemos un servicio de 4 recorridos que se pueden desarrollar de diferente extensión y de diferente tiempo ¿no? Y del grado de dificultad, pero eso y también hay otro servicio, hay rutas de ciclismo y hay actividades de camping nocturno. Nuestro servicio está centrado en lo que es la visita y la interpretación al arqueológico museo en la parte de ingreso y a los centros de interpretación y a los recorridos cortos. Si ya un turista demanda otro tipo de servicios lo, usualmente eso lo brindan ya guías locales, eso en realidad es marginal, eso es marginal, el por ejemplo el alquiler de bicicletas es particular, eso es marginal y al otro lado también ese recorrido se lo hace dentro como fuera del parque, hay gente que llega en su bicicleta desde Portoviejo ¿no? Como le explicaba, en bicicleta ha de ser 10 minutos. Llega hasta el primer centro de interpretación en el cerro da la vuelta y se va ese ese tipo de visitante en el registrado o cruzan por otros, ósea el ciclismo es una actividad que cada vez la gente lo practica ¿no? No solamente porque vaya la parte arqueológica, entonces los servicios que no por fuera de las dos*

visitas nosotros no tenemos un registro escrito particularmente del tema de ciclismo y al otro lado como le explico es marginal, es super en camping habrá en el año, contra las 20,000 que llegan, habrá 100 personas que duermen en el año y los recorridos a su vez, el que llega hasta el bosque húmedo eso lo harán un grupo o dos grupos en el mes o tres grupos en el mes, no son servicios así súper demandado, no sé, el recorrido puede durar 4 horas y solo lo hacen muy muy muy poco muy pocas personas, el grueso del visitante son los que llegan al arqueo museo y los que visitan los centros de interpretación y en promedio serán pues como un par de horas ¿no? De visita, ese es más o menos cómo está funcionando hasta el día de hoy.”

Ariana Riofrío: *“Ah ya, listo, entonces el tiempo promedio para los visitantes en realizar las actividades como tal es alrededor de dos horas. ¿Cuál cree usted que sea el impacto que tiene esta zona arqueológica, este parque arqueológico, con respecto a las comunidades aledañas al parque en sí?... ¿Si me escucha? Disculpe.”*

Gerardo Castro: *“Hola, no, la última pregunta no, ahorita ya la escucho.”*

Ariana Riofrío: *“Ah, ya, le preguntaba qué cuál cree usted que considera usted que sea el impacto que este museo, ¿este parque arqueológico ha logrado en las comunidades aledañas?”*

Gerardo Castro: *“Haber, en el corto plazo en relación con el tamaño de la comunidad más cercana que es Picoazá yo diría que va debajo a medio en el sentido de que se han desarrollado una fuente de trabajo en el sentido que se directa de contratación, en el sentido que han surgido algunos emprendimientos, estamos hablando de una parroquia de alrededor de 15000 personas en ese sentido yo digo bajo medio ¿no? Si fuera una comunidad de 100 personas sería elevadísimo el impacto, o de 500 fuera súper elevado el impacto, tiene un impacto fuerte en el posicionamiento de la parroquia, tiene un impacto fuerte en la infraestructura pública que se comienza a desarrollar. Cuando se desarrolló el proyecto era el único acceso a internet público que había en toda la parroquia Picoazá, los niños llegaban y los adultos y los no tan jóvenes y los jóvenes llegaban a conectarse ahí en el en el internet abierto, era el único hace 8 años ya por supuesto los servicios han mejorado, la única calle, durante largo tiempo, la única calle que no era de tierra era la del acceso al museo, ha logrado que las alcaldías vayan desarrollando durante estos años una infraestructura, en este sentido el impacto ha sido fuerte, con una planificación y con el crecimiento que va teniendo la visita turística el impacto va a ir creciendo pero nos enfrentamos a problemas tradicionales que tiene todo el Ecuador y en todas partes y no solo el turismo arqueológico, que la gente, el visitante*

promedio y peor todavía el extranjero tiene un gasto muy bajo en relación a la visita diaria y al número de días de visita. Mientras en Perú un visitante en promedio puede tener 7 a 10 días, en Ecuador tiene dos a tres. Mientras en Perú, en la inversión diaria de una persona puede andar en los \$300 acá en Ecuador es la tercera o la cuarta parte, porque no hay la oferta acorde a esto no entonces, pero en perspectiva ahí hay una vena importante.”

Ariana Riofrío: *“En el caso del museo del museo Valdivia, usted entonces ¿cuál considera usted que podrían ser las incidencias, cuál sería el aporte que daría al mejor este museo en la parte cultural y económica para las comunidades de Valdivia, comunidad de San Pedro que se encuentran cercanas al museo en sí.”*

Gerardo Castro: *“Vea, fuera del museo Amantes de Sumpa, y fuera del museo de Salango, ubique usted... las estadística de visitantes de los dos centros a los cuales le he hecho referencia, eso le daría la pauta que se podría esperar al menos cifras parecidas, mi impresión es que ha bajado muchísimo, particularmente en Salango, y eso habría que entenderlo, mi impresión, me gustaría tener un dato más duro, y sabemos que estos centros llevan su estadística, ahora, si usted no tiene otra oferta cultural arqueológica en teoría la perspectiva de Valdivia es importante, por una parte al otro lado hay que cuestionar y esto es al nivel general el perfil de visitante que estamos construyendo para lo cultural, a mí me parece que ese perfil de visitante todavía no se ha desarrollado, el agente que está visitando nuestra área en realidad es casi el mismo turista de sol y playa, no tiene una formación diferente ni una demanda diferente y genera los mismos problema de basura y de mal uso que tenemos en playa. Ahí usted tiene que evaluar todo el paradigma del turismo cultural las comunidades en general y Valdivia en particular tiene una oferta vivencial casi no se ha trabajado, tiene una oferta que va desde la comida hasta la transmisión, que va desde el entendimiento de su entorno hasta, ahí cuando yo le digo entorno es mar, bosque, llanura río y cuando le digo mar estoy también abajo del agua sea tanto en superficie pesca como posibilidades también de entender también, y hay bueno sitios de buceo y esnórquel en esa zona no, entonces ahí hay que echarle un poquito de cabeza parece y no y no tenemos con que compararlo, ahí es una construcción nueva.”*

Ariana Riofrío: *“La verdad que, si es cierto, es muy importante esta información, ¿usted considera que está visitas a los parques o museos arqueológicos son planificadas en su mayoría o son más por parte de turistas ocasionales? En el caso tanto de Hojas-Jaboncillo, ¿cómo en el caso de Valdivia?”*

Gerardo Castro: *“Me parece que no Hojas-Jaboncillo, no conozco esos fenómenos, no le sabría, no me atrevería a dar porcentaje, pero me parece que hay un cierto turismo planificado, o que conocen del sitio, o les comentaron del sitio y lo incluyeron en su visita, como me parece que también hay una cantidad importante de gente que llega, alguien que comenta o no lo tenían en su agenda y deciden ir a conocer no en una ciudad que tiene poca, de ese tipo de ofertas casi no lo quieres pero a Portoviejo. Valdivia no me atrevería a establecer el perfil del visitante, no porque me parece que es bajo, entonces no sé si es representativo como para decir cuál es la lógica y que les atrae y que no les atrae.”*

Ariana Riofrío: *“Aunque se ha intentado llevar a cabo un análisis del perfil del visitante, de cuantas personas llegan al mes, hace un poco difícil, más que todo porque no existe un registro adecuado de las personas que van ingresando. Lamentablemente, la persona encargada y junto con la comuna tienen ciertos, por ejemplo, la comuna en si cambia directiva, en si el Cabildo, anualmente. Entonces, cierto registro que se llevaban anualmente a veces se iba perdiendo porque cambiaban de directivos. ¿Entonces no existen registro y el registro que tenían que haber escrito, lamentablemente hay veces que solo ponen familia o tan solo ponen, no ponen realmente quiénes son?”*

Gerardo Castro: *“El Ministerio de Cultura y toda la red de museos, todo lo que tenga mencionado, bueno Valdivia no, ni allá el Mogote, hay una isla estadística ahí, entonces está estandarizada la forma de todos los ítems que se toman porque el Ministerio maneja una cuenta satélite ¿no? Ministerio de Cultura, en cambio acá no, pues y al otro lado es poco menos que voluntario.”*

Segunda Parte

Ariana Riofrío: *“Muchas gracias por estar aquí de nuevo. Muchas gracias por ayudarnos con nuestro proyecto el día de hoy. Vamos a continuar con respecto a la entrevista que había empezado el martes por lo cual vamos a continuar con los temas que faltaron de consultar. El último tema del cual hablamos fue acerca de las actividades, así que por el momento vamos a empezar entonces con lo que es respectivo al financiamiento y reestructuración del proyecto de Hojas-Jaboncillo. Vamos a empezar con la primera pregunta, algo que también nos interesa mucho saber a nosotros, que más necesitamos para lo que es la factibilidad es ¿Cuál fue el medio por el cual consiguió la inversión inicial para el proyecto arqueológico de Hojas-Jaboncillo?”*

Ariana Riofrío: *“Disculpe, ¿si me escucha?”*

Gerardo Castro: "...toda la escritura pública, a partir de esa definición del año 2007 preciso a la Constituyente se asignaron fondos hacia el 2010 como un proyecto de inversión, me parece que \$8'000.000 y por fuera del proyecto de inversión hay asignaciones dentro del presupuesto general o el mal llamado gasto corriente, ¿no?, en la actualidad qué es un presupuesto históricamente bajo, dispone de un cuarto de millón de dólares para el gasto pues permanente del centro de investigaciones y el parque, ¿no? Este incluye siete funcionarios entre lo que sería el equivalente de cuatro guardaparques y dos funcionarios de enlace administrativo y el soporte institucional y el director, ¿no? Más los servicios de seguridad, mantenimiento, pero esos son contratos independientes en la estructura del estado. Entonces, al año 2021 al año anterior, este presupuesto bordeó el cuarto de millón de dólares. Para el año 2022 el presupuesto es idéntico, podríamos decirlo, pero se agregan alrededor de 100,000 dólares en gastos de inversión, se recupera para dos rubros, para el fortalecimiento del sistema de reservas patrimoniales, donde somos custodios por una parte de la colección arqueológica, producto de las investigaciones científicas entre el año 2010-2016 que yo hacía referencia el día de ayer que en su momento fueron lideradas por Jorge Marcos y además un equipo de alrededor de 4 a 5 arqueólogos más equipos de apoyo, también las reservas patrimoniales custodian todas las diferentes investigaciones de las provincias Guayas y Manabí, que han sido autorizadas por el INPC, sean investigaciones académicas o arqueológicas de rescate, esta reserva también tiene bienes paleontológicos, el instituto de patrimonio del cual somos parte como un centro de investigación, el Centro de Investigación Hojas-Jaboncillo es responsable tanto del patrimonio arqueológico como del patrimonio paleontológico, pero Hojas-Jaboncillo es la única reserva que tiene una sección de paleontología, en relación a los bienes arqueológicos estamos hablando de colección de cerámicas, de restos humanos, de restos de carbono a metalurgia, huesos únicos, huesos humanos, restos botánicos; es una colección bastante completa para eso tenemos fondos de inversión. Y el otro rubro en fondos de inversión es el mejoramiento o la renovación de la exposición de los elementos museográficos y museológicos en los centros de interpretación. Ese es la estructura en la cual se ha manejado el proyecto, también se han logrado conseguir en diferentes momentos apoyos internacionales, en este momento está muy avanzado, ya solo espera la última confirmación del gobierno japonés de una donación que bordea el cuarto de millón de dólares en equipos antisísmicos para almacenar elementos de nuestras reservas como para vitrina de exposición, ¿no? Ese ha sido el contexto del

financiamiento del proyecto Hojas-Jaboncillo, es decir fondos públicos de inversión que mantienen el gasto permanente y donaciones de la cooperación internacional.”

Ariana Riofrío: *“Ah ya, listo. Con respecto a estos fondos públicos y fundaciones que ayudan a mantener el financiamiento de este parque arqueológico, me gustaría consultar ¿Cómo logró realizar este proceso? ¿Cómo consiguió entregar esta propuesta para poder ser apto para la inversión?”*

Gerardo Castro: *“Había una política pública que permitía o había rubros de financiamiento dentro del presupuesto general del estado, insistía en esos momentos esos valores. Ahora también existen y se están recibiendo estos fondos, pero el volumen es inferior, lo que hay que considerar es que hay otra fuente de financiamiento que lo permite el estado pero que no se han implementado, si comparamos Hojas-Jaboncillo con Ingapirca, que es el otro polígono patrimonial que resta de forma directa, ¿no? El Instituto de Patrimonio Cultural, de ahí se cobran me parece que \$3 para visitantes nacionales y \$5 para extranjeros, eso le produce a Hojas-Jaboncillo, perdona, es lo que produce a Ingapirca, me parece que alrededor de asimismo unos \$300000 al año, ¿no? Entonces, hay la posibilidad, sin embargo, es una definición que en su momento se descartó de Hojas-Jaboncillo, cobrar por nuestros servicios, ¿no? Es decir, por el ingreso, ese escenario está, digamos, dentro del marco legal. Se están viendo posibilidades de que se pueda que se pueda aplicar, es decir, tome en cuenta que en este momento todos nuestros servicios son gratuitos, el uso de nuevos cambios, no hay precio de entrada a nuestros servicios, se da un servicio de guía, es gratuito también, o sea con funcionarios pagados por el presupuesto general del centro ¿no? Entonces, hoy en día se puede empezar en estas fórmulas de alianzas público-privadas, la ley de cultura, y este es un tema importante para todo el sistema, es decir, para Hojas-Jaboncillo, para Ingapirca, para Valdivia, la ley de cultura y el reglamento que ya fue emitido al momento permite donantes privados que hagan apoyos a proyectos culturales incluyendo el tema patrimonial, como es el caso de este sitio y esto lo reconoce el estado ecuatoriano con una donación, es decir, por ponerle un ejemplo cualquiera, Supermaxi o Mi Comisariato donan dólares a cualquiera de estos centros el estado ecuatoriano reconoce 1.5 en pagos al impuesto a la renta con el objetivo de estimular este tipo de alianzas ¿no? Estos son escenarios importantes para pensar en la gestión como ustedes, como todos conocemos, un conjunto de empresas que tienen prácticas de responsabilidad social para las cuales ellos, a más de servir para recuperar fondos porque el pago el impuesto a la renta igual lo tienen que realizar, también ellos tienen*

una promoción en su imagen institucional que es gratuita y que es importante ¿no? Tienen unos escenarios y para trabajar con este tipo de apoyo ¿no? Con el sector privado, con donantes internacionales, es diferentes, ahí no hay pues la fórmula del impuesto a la renta ¿no? Sino el lobby que se puede realizar en términos de legitimidad que estimulen fórmulas de comercio justo ¿verdad? Que estimulen fórmulas de cuidado de biodiversidad y estos son elementos que están cada vez más presentes, la asociación entre comunidades tradicionales de conservación y el patrimonio común aglutinante como parte de un conocimiento adquirido a través del tiempo ¿no?

Ariana Riofrío: *“Claro, listo, entonces, en base a que usted indicó parque Hojas-Jaboncillo no cobra por entrada ni los servicios, ¿de qué manera se sustenta financieramente?”*

Gerardo Castro: *“Fondos públicos, en este momento en su totalidad de fondos públicos, hay un fondo permanente que tome de referencia que bordea al cuarto de millón de dólares y sobre eso hay fondos que son variables para sustentar proyectos de inversión, sea en la recuperación museográfica o en la investigación científica.”*

Ariana Riofrío: *“Muchas gracias, entonces cuando se dio esta propuesta de convertirlo ya en un parque arqueológico, ¿se realizó algún cambio significativo en la estructura, algún cambio significativo en el servicio para incentivar o promocionar la atención de visitantes y turistas?”*

Gerardo Castro: *“Cuando inicia el parque, claro, el haber nacido como parte del proyecto Constituyente de Montecristi fue un polo para atraer al visitante regional y eso lo vemos claramente en la estadística de visitas, el haber formado parte de esta idea de la recuperación de la imagen de Eloy Alfaro considerado el mejor ecuatoriano de todos los tiempos en alguna encuesta pública y que tiene un referente muy sólido para dentro de la provincia de Manabí, o sea posee un nivel de identificación de su población, fue un elemento importante para que el sitio arqueológico, ¿no?, el complejo arqueológico Hojas-Jaboncillo sea visible ante el ciudadano común de la región y esto se ha ido consolidando, es un aspecto importante que se refleja en el crecimiento de la visita como hablábamos de que tiene un promedio que bordea el 25% anual estos son los elementos de fundamento que permitirían pensar ahora en un modelo de gestión no solo basado en el presupuesto del Estado, ¿no?, si usted tiene un sitio con muy pocos visitantes pensar que por el cobro de un, si tiene 100 visitantes en el año, ¿no?, pensar que a partir del cobro de un ingreso va a solventar algún rubro importante del financiamiento es simplemente inviable, pero cuando ya hablamos de 40, 50 o 100 mil visitantes al año,*

una posible tarifa, aun cuando sea baja, ya permite solventar algunos temas. Piensen ustedes en las Galápagos, me parece que la tasa de ingreso es simplemente, igual como es en Machu Picchu, la tasa de ingreso me parecer que está en la \$70. Esto le genera al sistema Parque Nacional Galápagos y al consejo de administración del acuerdo de las Galápagos unos \$20'000.000 directo que se invierten en diferentes temas de mantenimiento del Parque Nacional Galápagos. Entonces está, pero por el volumen de gente que visita pues el archipiélago, me parece que son alrededor de 300,000 visitantes al año, multiplícalo por \$70. Entonces, no estoy afirmando con esto que nosotros debemos cobrar \$70 por el ingreso, pero una tarifa ya le permite un tema de financiarse y nuevamente volvemos a temas más estratégicos, el objetivo de la capacidad de generar economía local del Hojas-Jaboncillo está también basado en lo que la población, en lo que los emprendimientos locales puedan hacer. Desde guía especializadas hasta venta de artículos, eso hace que el visitante promedio, ya no es tanto el problema de que queramos recibir un millón de visitantes, que excedería nuestra capacidad actual de gestión, sino que con 50,000 visitantes que gasten un promedio "x" por día ¿no?, y que esto implique que se gasta en alimentación y alojamiento, pesca, artículos, etcétera, sea la generación de un círculo virtuoso de economía local que es el objetivo."

Ariana Riofrío: *"Claro, ese el mayor objetivo con nosotros porque siempre hay que buscar la forma de autofinanciarse, más que todo en el caso de los museos que son más pequeños. Lo bueno es, más que todo, como tenemos justo esta área cercana de la cual nos podemos beneficiar más que todo, no solo en la parte económica, sino también para darles trabajo, darles esas oportunidades e incluso incrementar e impulsar, se diría, a la economía del sector, de la zona, de la comunidad."*

Gerardo Castro: *"Correcto, en el mundo dicen los expertos de la Organización Mundial de Turismo, ¿no?, que no hay un solo sitio, ni el más exitoso, ni las pirámides de Egipto por lo que se cobra de ingreso se sustenta al cien por ciento, si Galápagos recibe \$20'000.000 del estado ecuatoriano en el presupuesto general del estado recibe 4 veces más, hay 50 guardaparques, diferentes responsables pagados por el presupuesto general del estado entonces, pero el éxito es de que se puede solventar ciertos gastos, pero el beneficio real es todo el movimiento económico, ¿no?, de 100,00 personas en Galápagos gastando un promedio ahí sí de por lo menos \$100 al día, ¿no? Los costos allá entonces usted, y que lo vemos ahorita, pero en relación con la crisis, siguiendo el ejemplo de las Galápagos, la economía de las Galápagos hace rato, el tema pesquero y*

otros aspectos, pasó a segundo plano, no es el turismo. Por eso ahorita la crisis es bien fuerte y están tratando de reactivar los visitantes, ¿no?”

Ariana Riofrío: *“Claro, exactamente, para culminar vamos con la parte de lo que es factibilidad, ¿cuáles considera usted que deben ser las características que debe cumplir un proyecto arqueológico para que esté sea viable?, entendemos qué parte de esto en la parte financiera, por ejemplo como mencionaba usted y comparto la opinión la verdad, no es viable cuando se piensa que un museo es sustentable por sí mismos por lo que también necesita de estos otros ingresos por parte del gobierno, por parte de fundaciones. ¿Cuáles otras características creen usted que sean necesarias para que esto sea viable?”*

Gerardo Castro: *“Lo importante que cualquier proyecto particularmente los patrimoniales o arqueológicos tengan un reconocimiento local y nacional, me explico, siguiendo la idea del cobro de boleto, no va a financiar estos proyectos, pero que si pueden ayudar en ciertos aspectos, lo que vuelve viable estos proyectos es la identificación del público, pero no solo la identificación el empoderamiento del público, al final del día cuando hablamos de temas ambientales que son temas que, políticamente y antiguamente no tenían tanto peso, hoy en día tienen otra connotación en la sociedad porque hay una opinión pública que es favorable a los temas ambientales, hay una opinión pública y un ciudadano informado que puede definir la elección de un alcalde o de un asambleísta, Presidentes todavía no, de acuerdo a su apego a una calidad de vida. La parte patrimonial y cultural es parte también de esa calidad de vida, es parte también de un conocimiento, parte de una identidad, entonces este aspecto político, y reivindico la palabra político en el sentido social, no en el sentido partidario, sino en como construimos opiniones de que movilicen al conjunto de un colectivo social amplio a favor de una o de otra causa, ese es un tema que es un activo, es súper importante dentro del proyecto Hojas-Jaboncillo sobre su actual posicionamiento y es un activo que también es importante en el caso de Valdivia. Aunque su efecto quizás ha sido más local, es la persistencia de la comunidad en reivindicar un hito, un icono que es la cultura Valdivia en la que ha permitido la continuidad aún con limitaciones de un proyecto a lo largo de más de 30 años, está legitimidad política que nace de una reivindicación regional desde la figura de Eloy Alfaro imagínese usted y desde el concepto de culturas arqueológicas, son estos dos elementos que le dan una legitimidad; el segundo aspecto que es clave y que es mucho más visible en Hojas-Jaboncillo que en Valdivia o inclusive que en otros proyectos es el haber contado con un programa sistemático durante casi seis años de*

investigación y es interesante, yo le escuchaba, estamos en un proceso de construcción de un plan estratégico de reactivación económica, entonces de estos consultores justamente salió el análisis de este crecimiento de un promedio de 20% que, como turismo cultural, es uno de los más elevado del país, el de Hojas-Jaboncillo, en la lógica que hemos venido conversando, o sea, hay inversiones, hay museos, hay centro de interpretación, pero aquí lo que quiero agregar es el comentario que hace el consultor, hay una relación directa, me decía, en el caso de Galápagos, cuando se anuncia un descubrimiento científico que es la presencia de la Iguana Rosada, que tal característica en los volcanes, que es algún elemento nuevo dentro del concepto de la evolución biológica, inmediatamente aumenta la visita, cuando hay el anuncio de la comunidad científica de un descubrimiento en las Galápagos inmediatamente aumenta la visita porque hay un interés, o sea, al posicionamiento que tiene Galápagos cuando usted le agrega estos elementos inmediatamente se activa y mejora la visita, entonces ellos recomendaban justamente que, ya que tenemos este capital de información, que más bien ha sido poco usado en su sentido gramatical, que ha sido, más bien, poco explotado, entonces, ahí tenemos una enorme posibilidad. En el caso de Valdivia, Valdivia fue investigada en los años 50, me refiero al fenómeno del descubrimiento de una cultura agro-alfarera y después ese foco de interés se trasladó, aún dentro del concepto Valdivia, pero se trasladó a otros puntos geográficos, pero hubo investigaciones posteriores que casi nadie conoce y el tema de Valdivia, si bien en el propio sitio no ha sido investigado, pero si en otros lugares, entonces se pueden incorporar esta nueva información está nuevas visiones como se puede desarrollar investigaciones para retomar con la investigación en la misma área, pero no hay necesidad de hacer grandes investigaciones o sea pueden ser cosas puntuales que tiene contra que contrastarlo, tiene los otros sitios donde se ha investigado, no tiene que mover media comuna para tener información. Se puede hacer en un espacio pequeño y aún con colecciones que están guardadas, esto que se quedó en los 50 se puede actualizar en rutas y contrastar con otras que se han venido funcionando. El tema Valdivia vi por ahí un artículo de Jorge Marcos, de los rusos, de otra gente que está trabajando en Real Alto, hay preguntas sobre Valdivia de gente que está trabajando en la zona norte de Manabí, no sé si pueden ir juntando. Para nosotros en cambio, es un capital ya construido en el caso de Hojas-Jaboncillo que lo tenemos en nuestras reservas patrimoniales y más bien lo vamos desarrollando, entonces en la conjunción entre el reconocimiento de la población local, entre un concepto de identidad, entre un concepto de política pública sumado a un capital

científico, sea que lo investigue, que lo ponga en difusión porque ya lo tiene, en el caso de Hojas-Jaboncillo es un elemento que es importante para activar los niveles de visita. En arqueología, hablamos de una combinación interdisciplinaria, arqueologías públicas en el sentido de incorporar al visitante, o sea, aquí está el objeto cerámico, venga, conózcalo; si no aquí este objeto cerámico y este barro salió de estos valles, este barro ha sido moldeado de tal manera, se usan las tierras de esta forma y no lo explica solamente, sino que hace que la comunidad lo muestre, porque todavía hay alfareros. Eso le da un nivel de disfrute, una aproximación diferente a solo explicar de forma plana una característica de nuestra cultura sino ya relacionarla con experiencias más creativas, más ricas, más complementarias. Entonces ahí es lo que lo que va cambiando y también va de la mano de un, como dicen los especialistas económicos, valor agregado a esta visita. Sí, eso le podría decir, este, Ariana.”

Ariana Riofrío: *“Listo, en base a eso también y, ¿cuáles cree que usted considere que son los obstáculos más prominentes en la actualidad para el manejo y conservación de los museos en general en el tema arqueológico y en el caso que nosotros consideramos de éxito de Hojas-Jaboncillo?”*

Gerardo Castro: *“El elemento más prominente o peligroso en contra de esto es el desconocimiento. Si hay un desconocimiento generalizado a esta opinión pública la que he hecho referencia, no solamente que estos museos van a vegetar con visitas muy pequeñas y siempre en la lucha permanente contra su desaparición, sino que debe no debe perderse de vista que el museo expone lo que ha sido recuperado de un yacimiento arqueológico, si hay un desconocimiento generalizado, no solamente que estos museos van a estar en una permanente agonía, sino que los yacimientos arqueológicos van a estar en una permanente amenaza y cuando pensamos en un ecosistema frágil y alguien habla de una obra pública que puede hacer a un ecosistema frágil, hay una movilización de un avión conjunto de actores diciendo o que esta obra se cerró, que relocalice o que haya una serie de acciones previas de reconocimiento, de mitigación, de recuperación, pero porque hay una opinión pública generalizada, hay una información y hay una capacidad académica. Cuando no hay nada de esto, la destrucción de los sitios arqueológicos es inminente y progresiva, desde todo tipo de amenaza, desde una simple construcción de carretera que los municipios o consejos provinciales o el estado dice que nunca supo que ahí hubo un yacimiento arqueológico y lo desaparece a golpe de tractor. Entonces, el desconocimiento y la desinformación no permite tener acciones atinadas para la preservación, no permite tener acciones efectivas para que estos patrimonios*

se conviertan en un elemento de articulación de la sociedad, es información que de pronto nos puede ayudar a entender como una población en el caso del Bosque Seco Tropical de Hojas-Jaboncillo o una conjunción de Bosque Seco de mar y de ríos de cuencas hidrográficas en el caso de Valdivia, como responde una población a cambios climáticos de los últimos 8,000 años. Información así de importante se puede perder frente a nuestros ojos básicamente por desconocimiento, por desinterés, entonces un elemento primordial es poner justamente al alcance de los que toman decisiones, al alcance del gran público, al alcance de las generaciones que se están formando, el que existe todo este conjunto de elementos patrimoniales y cuál es su importancia clave si estamos hablando de entender en el largo plazo como la población responde a los cambios en el clima, los cambios en la humedad, a la regresión de la línea de Costa, a la pérdida o los cambios de sus recursos, la población, como dicen los especialistas, mecanismos de largo plazo de la resiliencia. La arqueología es justamente la que provee de esa información de esa columna de tiempo, la etnografía, la antropología social son las que nos ayudan a enlazar a esa población actual, sea Valdivia, sea Hojas-Jaboncillo, sea Ingapirca, con la columna larga de la arqueología y con las respuestas que requerimos para justamente tener esta calidad de vida que hablamos.”

Ariana Riofrío: *“Y frente a la actual pandemia que estamos viviendo por COVID-19, incluso ahora que está regresando parece con más intensidad con las variantes que existen actualmente de este virus, ¿qué actividades considera usted primordiales para mantener tanto la parte cultural y financiera de proyectos como el suyo?”*

Gerardo Castro: *“El COVID-19 para estas comunidades ha sido una tragedia desde el punto de vista podríamos describir largamente los efectos económicos pero la pérdida de vidas directamente, personas mayores en comunidades de alguna forma mantienen una cierta indefensión ante este tipo de enfermedades, ha sido muy grave, pero al otro lado, el COVID nos hace repensar como está organizada la ruralidad del Ecuador y del mundo en general, pero sobre el mundo, poco o nada podemos hacer, concentrémonos en lo que está de alguna forma a nuestro alcance, la forma cómo se ha pensado el desarrollo rural, el COVID-19 plantea por ejemplo una reflexión sobre el modelo de desarrollo de luchar contra el hacinamiento contra la calidad de vida, pero es pelear por una calidad de vida, por unos servicios básicos, por unos sistemas de salud, y el aspecto clave que una vez pone sobre la mesa el COVID es la educación. Al final del día, la educación es la principal vacuna contra el COVID. Si hablamos de un cambio en la ruralidad, si hablamos de formas diferentes de pensar el desarrollo local, y si le*

queremos dar al turismo por una parte de, que aspecto, de que la gente regrese a la observar y entender la naturaleza, tiene usted ahí un campo muy importante de construcción, si a eso agregamos que nos damos cuenta de que antiguas formas de manejar el agua, antiguas formas de entender el uso de una serie de producto, refiriéndome a la medicina tradicional, nos pueden ayudar también a encontrar otros caminos dentro de un dentro de una redefinición del paradigma turístico, un turismo ya no masivo, que reside en Ecuador fuera de dos o tres focos, no lo hemos tenido, o sea, es que ha sido una ventaja para nosotros. En Ingapirca, perdón, en Machu Picchu, los visitantes creo que antes del COVID bordeaban dos millones de personas y la UNESCO le hizo una advertencia muy severa al Perú de que los estados los iban a poner ya en la lista de patrimonio en riesgo porque 2'000,000 de personas queriendo visitar hectárea y media, pero en el parque del Machu Picchu tiene como 40,000 ha, pero la gente los dos millones de personas no van por las 40,000 hectáreas, la gente quiere tomarse la foto es en los mismos lugares, la gente quiere estar es en hectárea y media, el resto no tienen problema en conocerlo, pero no consideran que su visita ha sido de calidad sino han estado ahí tomándose la foto ahí en los cuatro, cinco, seis, siete lugares y de remate viendo el amanecer, salir el sol. Si no hicieron eso, su visita le van a escribir en todos los libros que no fue satisfactoria. Nosotros no hemos tenido eso, eso se convierte en un capital, nosotros no hemos tenido eso, podemos usarlo sin que la gente perciba que hay esa, que no hemos cumplido sus expectativas como dicen los turistas, que no hemos cumplido sus expectativas y nosotros podemos tener un turismo menos agresivo. El turismo también cambia el estilo de vida de una comunidad, cambia los valores, para muchos hace bastante rato que llegamos a la conclusión de que no es ninguna panacea, el turismo también genera más impacto en el estilo de vida muy importante, peor todavía si es masivo, o sea que producen con una rapidez que no hay forma de administrarlo, eso sería mi estimada.”

Ariana Riofrío: *“Claro, y ahora para finalizar, ¿cuál cree usted que sea el futuro para Hojas-Jaboncillo? ¿Cuáles podrían ser las posibles innovaciones o actividades para ofrecer en el futuro?”*

Gerardo Castro: *“Nosotros aspiramos, dependiendo siempre del COVID, sin embargo, dada la tendencia actual que no es por el nivel de vacunación que hay y por la evolución misma de enfermedad, nuestra meta es pasar de 20,000 visitantes a 60,000 visitantes, un crecimiento de 1 a 3, pero en la lógica de lo último que le explicaba también hay una desconcentración de los circuitos y de los horarios. Nuestra principal visita comienza el*

viernes al mediodía y termina el domingo a las 6 de la tarde, ese es el horario tope de Hojas-Jaboncillo y no comienza como en Ingapirca, estaremos abiertos, pero la gente comienza a llegar a partir de las 10 de la mañana y más en la tarde todavía, el ecuatoriano no somos tan proclives a comenzar temprano nuestra jornada un fin de semana. Entonces, dentro del lunes, queremos una cantidad de visita no tan restringida a un a un horario específico, estimular presencia de escolares en los días que tenemos poca afluencia de ir, el lunes, martes, miércoles. Incorporar eso fuertemente, el turismo de escolares a todo nivel, me refiero tanto de escuela como de nivel medio, incorporar a un sector de población muy afectado por el encierro que son poblaciones con niveles de discapacidad, esa vulnerabilidad hace que todavía ellos tengan más cuidado con salir, ya tuve una experiencia buena con grupo pequeño, allí el número no es lo importante, me pueden llegar 20 personas o 30 personas con discapacidad en la semana, pero en cambio el nivel de atención de solución a una demanda social es importante, no es el tema de que el número sea elevadísimo. Esas son las metas para este 2022, nos interesa formalizar la actividad de los servidores turísticos de la parroquia Picoazá en particular, nos interesa que haya una mayor organización y participación y ahí incorporar el tema género, lograr una mayor visibilidad de mujeres en la gestión y operación de los servicios.”

Ariana Riofrío: *“Con respecto al turismo escolar, ¿cómo atrae al turismo escolar a este sector en particular?”*

Gerardo Castro: *“Es el más fácil de todos, mi querida Ariana, por obligación. Coordinar con el nivel educativo con el Ministerio respectivo y con las alcaldías locales. Ese es un programa semioficial, que las alcaldías locales es básicamente una estrategia de organización con actores específicos, con los actores que Ministerio de Educación, con lo cual ellos lo incorporan, incorporado está, solo que no se viene realizando de dos a tres buses llegando cada día le genera, por el volumen, le genera una economía local enorme. Estamos con ese segmento y ese segmento no me afecta la infraestructura. Si yo quisiera triplicar mi visita en los actuales horarios, implicaría que tengo triplicar también todas mis capacidades, pero el objetivo es más bien acudir a los horarios que tengo flojos en algunos casos y trabajar paquetes turísticos más organizados ya que el sitio se presta para operación nocturna.”*

Gerardo Castro: *“Eso es algo que me llama mucho la atención, ¿la parte de los paquetes turísticos, que paquetes turísticos suelen ofrecer en Hojas-Jaboncillo?”*

Ariana Riofrío: *“El sector más organizado son los ciclistas, en el concepto que usted me dice de un paquete turístico que básicamente lo que le ofrecen es un recorrido. Tienen varios recorridos dependiendo del tiempo y del esfuerzo que quiera realizar, y este es el sector más organizado, y por supuesto cobran, sea que alquile la bicicleta o que le indiquen o que le den el soporte que usualmente suelen dar en función de las características del recorrido que usted adquirió. De allí, el resto es muy, en la oferta privada por decirlo de alguna manera, es casi inexistente.”*

Ariana Riofrío: *“Por si acaso el parque como tal posee algún tipo de convenio con algunos otros museos, quizás con una asociación o una unión entre museos para poder ofrecer planes o paquetes”*

Gerardo Castro: *“El sitio permite una operación organizada por como tal me refiero que usted acude a los canales usuales de un producto y si quiere hasta que le puede incluir hasta camping, visita a unos conjuntos que creo que todo sea debidamente organizado. En la última reglamentación del Ministerio de Turismo, le dice que se hace camping tiene que darle seguro a la gente y tiene mucho sentido, tiene que incluir dentro de lo que ellos han pagado a la operadora de un seguro por accidente o por lo que fuere. Estamos en una formalización de los cooperadores comunitarios y también llegar a acuerdos con operadoras de las más profesionales, digamos, las más establecidas en el medio porque, así como le digo que el lunes, martes, miércoles, jueves, casi no tengo gente, nosotros tenemos una infraestructura que, por poner un ejemplo, hay un hotel de la ciudad de Manta que pude darle la cena a la gente, un grupo pequeño sea de 10 personas con la mejor vista de Portoviejo y en un lugar de un sitio arqueológico con las debidas comodidades, ellos traen toda la operación y nosotros les cobramos por eso y ellos cobran por eso y todo el mundo feliz. A esa hora, en la noche, fue una cena con vistas a la ciudad de Portoviejo y así se pueden ir desarrollando productos específicos, dada la cercanía que es un capital y que también lo tiene Valdivia, no tanto Ingapirca, nosotros estamos del Oro Verde de Manta a 20 minutos, póngale 30 minutos porque el turista no le gusta que lo llevemos a 120 por hora, entonces te llega en 30 minutos, de paso va conociendo un poco la ciudad y después de eso se va a ser una cena y así se le presenta algo de folclor, por último le llevo a algún terreno de pasillo, el pasillo está declarado patrimonio de la humanidad y básicamente estamos hablando de 20 a 30 personas o el equivalente a un bus de esta gente que llega en los cruceros y que no saben a dónde llevarlos. El turismo de crucero es muy importante.”*

Ariana Riofrío: *“Muchas gracias, eso nos puede ayudar a considerar el hecho de que, por ejemplo, en este caso de Valdivia, tenemos muy cerca la playa. Podemos incentivar esa parte, incluso tenemos una zona pesquera, podemos incentivar también estos rumbos. ¿Tiene alguna recomendación con respecto a lo que nosotros estamos realizando acá en el proyecto de museo Valdivia?”*

Gerardo Castro: *“En perspectiva, en complemento a la parte arqueológica las comunidades de esta zona podrían convertirse, pero hablando de la península, no solo de Valdivia, refiriéndome a las 1,000 ha que pueden convertirse también en un parque arqueológico juntando a las diferentes comunas. Valdivia tiene su peso porque está en el centro de la Península, por algo Manglar Alto esta cerquita es como la zona neutral, pero Valdivia se podría convertir en el foco arqueológico para comenzar a recuperar ese conocimiento ancestral de otras comunidades. Lo que estoy diciendo al final es de que el museo debe tener un factor de recuperación de la memoria que está en estos comuneros y de que se transmita esto a la nueva a la nueva generación. Un aspecto que se comienza a desarrollar en el Ecuador casi no lo hemos vivido, pero en otros países sí, yo estoy comenzando un curso con Chrome que es una organización inscrita a la UNESCO que combina el patrimonio cultural con el natural o biológico, con los bosques. Entonces, se comienzan a buscar respuestas más integradas desde el conocimiento del cliente para buscar soluciones a manejo del agua, a manejo del bosque, agricultura orgánica, todo esto usted lo tiene allá, y a esto agréguele el mar. Hay unos conocimientos del ciclo del aguaje, cuando cambian las estrellas. Esta gente, lamentablemente en Valdivia se perdió, pero en otras comunidades como Playa si está, la navegación en balsas, o sea, si nosotros nos quedamos solo con la foto del Valdivia actual la foto es incompleta porque la navegación en balsa, puede averiguando, Ariana y Carlos, encontrarse con gente que sí recuerda balsas en esa zona, si alguien le puede decir “sí, yo me acuerdo de que mi abuelito sale a pescar en balsa o pescaba en bongo pero usaba vela, no usaban el motor”, entonces esa sería mi sugerencia.”*

Ariana Riofrío: *“Listo, muchísimas gracias realmente por toda esta información, por volver a reunirse con nosotros e incluso entregarnos estos valores estadísticos que nos entregó el día de hoy. Gracias a ello realmente tenemos una mucho mejor guía con respecto a la propuesta, con respecto a los valores y registros de lo que podríamos hacer en este proyecto que tenemos. Queremos decirle que agradecemos mucho su cooperación y que valoramos mucho el conocimiento que ha aportado para nuestra*

investigación y cómo lo pudo compartir con nosotros. Entonces, en este momento nos despedimos, quisiera saber si tiene algún comentario que desee dar quizás.”

Gerardo Castro: *“A las órdenes Ariana, ya más bien ustedes procesen y con todo gusto si tienen alguna duda o algún elemento adicional pues me lo manda al correo, no hay ningún problema.”*

Carlos Macías: *“Muchísimas gracias por su gentil ayuda”*

Gerardo Castro: *“Listo, Ariana y Carlos. Gracias. Cuídense, hasta luego.”*

APÉNDICE B

TURISMO DE MUSEOS ARQUEOLÓGICOS

Somos estudiantes de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL). Nos gustaría que nos ayude completando el siguiente cuestionario con la finalidad de conocer las preferencias turísticas basados en la visita de museos arqueológicos* en la península de Santa Elena, Ecuador. Dicha información será para fines académicos. Se agradece su colaboración.

*Son museos dedicados a la divulgación de la arqueología y cuya colección procede en su mayor parte de excavaciones.

1. ¿Cuántas veces al año usted realiza viajes para ejercer turismo en el país?

Seleccione una opción.

- 1 – 4 veces
- 5 – 6 veces
- 7 – 12 veces
- Más de 12 veces
- No he realizado turismo en Ecuador

2. ¿Con quién viaja usualmente cuando hace turismo? Seleccione una opción.

- Solo
- Con familia sin niños
- Con familia con niños
- Con amigos
- Con pareja
- Con compañeros de universidad / trabajo

3. Edad de los niños. Seleccione una opción.

- 1 – 3 años
- 3 – 5 años
- 5 – 12 años

4. ¿En qué época del año usted realiza la mayor cantidad de viajes de turismo en Ecuador? Seleccione una opción.

- Enero – Marzo
- Abril – Junio
- Julio – Septiembre
- Octubre – Diciembre

- Todas las anteriores
 - No aplica
- 5. En base a sus respuestas anteriores ¿En el año cuantas veces usted visita la península de Santa Elena por hacer turismo? Seleccione una opción.**
- 1 – 2 veces
 - 3 – 4 veces
 - 5 – 6 veces
 - Más de 6 veces
 - No aplica
- 6. ¿Usted tiene interés en visitar museos cuando realiza viajes turísticos? Seleccione una opción.**
- Sí
 - No
- 7. ¿Cuál es el motivo por el cual no visita frecuentemente museos arqueológicos? Seleccione dos opciones.**
- Desconocimiento
 - Tiempo
 - Prefiere otros sitios turísticos
 - Falta de motivación
 - Falta de actividades interactivas
 - Falta de dinero
- 8. ¿Ha visitado algún museo cuando ha hecho viajes por turismo? Seleccione una opción.**
- Sí
 - No
- 9. ¿Cuál sería el tiempo prudente para realizar una visita a un museo? Seleccione una opción.**
- Menos de 19 minutos
 - 20 – 30 minutos
 - 31 – 40 minutos
 - 41 – 50 minutos
 - Más de una hora

10. ¿De qué forma organiza su viaje cuando usted visita la península de Santa Elena u otro destino turístico? Seleccione una opción.

- Operadora de viaje
- Forma autónoma / individual / propia

11. ¿Qué le motivaría a visitar un museo arqueológico? Seleccione una opción

- Motivos educativos
- Diversión / recreación
- Motivos científicos
- Proximidad al museo
- Otro

12. Indique qué otra opción le motivaría visitar un museo arqueológico. Escriba su respuesta.

13. ¿Cuál es la característica que usted busca al visitar un museo arqueológico? Seleccione una opción

- Innovación en salas
- Tener guía especializado
- Experiencia cultural
- Otro

14. ¿Cuál otra característica usted busca al visitar un museo arqueológico? Escriba su respuesta.

15. Escoja dos actividades que desearía realizar dentro de un museo arqueológico. Seleccione dos opciones.

- Acciones manuales (elaboración de réplica de piezas arqueológicas con técnica alfarera)
- Acciones lúdicas (espacio de entretenimiento para niños mediante simulación de excavaciones)
- Fotografías (sala de proyección de videos y fotografías de excavaciones antiguas)
- Talleres de artesanías
- Arte (elaboración de pinturas que representen la cultura)
- Otra

**16. ¿Qué otra actividad le gustaría realizar dentro de un museo arqueológico?
Escriba su respuesta.**

17. ¿Qué servicios complementarios le gustaría que se ofrezca en un museo arqueológico? Seleccione dos opciones.

- Salas audiovisuales
- Área de refrigerio
- Guías o personal capacitado
- Entrega de material informativo
- Otro

18. ¿Qué otro servicio complementario le gustaría que se ofrezca en un museo arqueológico? Escriba su respuesta.

19. ¿Usted estaría dispuesto a adquirir un tour para recorrer museos en la provincia de Santa Elena? Seleccione una respuesta.

- Sí
- No

20. ¿Qué tipo de souvenir estaría interesado en adquirir en un museo arqueológico? Seleccione dos opciones.

- Línea de ropa artesanal que represente la cultura de un museo
- Réplica de piezas arqueológicas de la cultura de un museo
- Llaveros que representen la cultura de un museo
- Postales del museo visitado
- Artesanías que representen la cultura de un museo

**21. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por visitar un museo arqueológico?
Seleccione una opción.**

- \$1,00 - \$1,49
- \$1,50 - \$1,99
- \$2,00 - \$2,49
- \$2,50 - \$3,00
- Debería ser gratis

22. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por realizar actividades dentro de un museo arqueológico? Seleccione una opción.

- Menos de \$1,99
- \$2,00 - \$2,99
- \$3,00 - \$3,99
- \$4,00 - \$4,99
- Más de \$5,00

23. ¿Qué medios de comunicación inciden en su toma de decisiones para visitar sitios culturales? Seleccione una opción.

- Televisión
- Radio
- Periódico
- Internet
- Redes sociales
- Vallas publicitarias
- Volantes
- Recomendación boca a boca

24. Indique: ¿Cuáles redes sociales inciden en su toma de decisiones para visitar sitios culturales? Seleccione dos opciones.

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- WhatsApp
- LinkedIn
- TikTok

25. ¿Usted volvería a visitar un museo arqueológico si este fue de su agrado? Seleccione una opción.

- Sí
- No

26. ¿Usted recomendaría la visita a un museo arqueológico si este fue de su agrado? Seleccione una opción.

- Sí
- No

27. Nacionalidad. Seleccione una opción.

- Ecuatoriana

- Extranjera

28. Indique su país (Si su nacionalidad es ecuatoriana omita esta pregunta)

29. Procedencia. Seleccione una opción

- Provincias del Ecuador

30. Genero. Seleccione una opción.

- Femenino
- Masculino
- Prefiero no decirlo

31. Edad. Seleccione una opción.

- Menor a 20 años
- 21 – 30 años
- 31 – 40 años
- 41 – 50 años
- 51 – 60 años
- Más de 61 años

32. Nivel de educación. Seleccione una opción.

- Primaria
- Secundaria
- Universidad
- Postgrado / Maestría / PhD
- Ninguna de las anteriores

33. Estado civil. Seleccione una opción.

- Soltero (a)
- Casado (a)
- Divorciado (a)
- Viudo (a)
- Unión libre

34. Actividad profesional. Seleccione una opción.

- Estudiante
- Investigador / científico
- Empresario / dueño de negocio
- Empleado privado
- Empleado público

- Jubilado
- Desempleado

35. ¿Cuántos hijos tiene usted? Seleccione una opción.

- 1 – 3 hijos
- 4 – 6 hijos
- Más de 6 hijos
- No tengo hijos

36. Cuando realiza turismo, ¿Cuál es su medio de movilización? Seleccione dos opciones.

- Vehículo personal
- Vehículo de amigos
- Transporte público
- De mochilero