

UCUENCA

Universidad de Cuenca

Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Carrera de Turismo

Estudio de viabilidad para la posible implementación de un proyecto de inversión en materia de turismo en la parroquia Santa Ana, Cuenca, Ecuador

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo


Autores:

Jennifer Marisol Aucapiña Sangurima

Ángel Xavier Déleg Romero

Director:

Segundo Amador Freire Chaglla

ORCID:  0000-0002-5558-174

Cuenca, Ecuador

2024-02-19

Resumen

El presente proyecto es un estudio de viabilidad para la posible implementación de un proyecto de inversión en materia de turismo en la parroquia de Santa Ana, en el cantón Cuenca. Tiene como objetivo aprovechar los recursos naturales de la parroquia para generar oportunidades económicas a través de la actividad turística. El estudio sigue la estructura de la “Secretaría Nacional de Planificación” para la presentación de proyectos de inversión compuesto de tres partes. La primera es un diagnóstico rural participativo de la situación turística-social que identifica las problemáticas de la parroquia como la asociatividad, la gestión y la infraestructura; también consta de un estudio de mercado que, con 384 encuestas demostró el gran interés de la población cuencana por hacer turismo rural. La segunda parte consiste en la viabilidad técnica que resulta de la articulación de la oferta y la demanda en una propuesta que pretende fortalecer a la comunidad, mejorar las capacidades de los pobladores e integrar a las seis comunidades con mayor potencial turístico en dos rutas. Finalmente, el análisis integral de la viabilidad que evalúa las propuestas determinando que la del presente proyecto es la más conveniente, puesto que la inversión de \$237.292,70 con un plazo de dos años, genera un costo/beneficio de 1.10 como la opción económica más adecuada.

Palabras clave: recursos naturales, viabilidad, inversión turística, proyecto económico, proyecto social.



El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Cuenca ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por la propiedad intelectual y los derechos de autor.

Repositorio Institucional: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

Abstract

This project is a feasibility study for the possible implementation of an investment project in tourism in the parish of Santa Ana, in the canton of Cuenca. It aims to take advantage of the natural resources of the parish to generate economic opportunities through tourism activity. The study follows the structure of the "National Planning Secretariat" for the presentation of investment projects composed of three parts. The first is a participatory rural diagnosis of the tourist-social situation that identifies the problems of the parish such as associativity, management and infrastructure; It also consists of a market study that, with 384 surveys, demonstrated the great interest of the population of Cuenca in rural tourism. The second part consists of the technical feasibility that results from the articulation of supply and demand in a proposal that aims to strengthen the community, improve the capacities of the inhabitants and integrate the six communities with the greatest tourism potential in two routes. Finally, the comprehensive feasibility analysis that evaluates the proposals is presented, determining that the current project is the most appropriate economic option, since the investment of \$237,292.70 with a term of two years, generates a cost/benefit of 1.10.

Keywords: natural resources, viability, tourism investment, economic project, social project.



The content of this work corresponds to the right of expression of the authors and does not compromise the institutional thinking of the University of Cuenca, nor does it release its responsibility before third parties. The authors assume responsibility for the intellectual property and copyrights.

Institutional Repository: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

Trabajo de integración curricular: "Estudio de viabilidad para la posible implementación de un proyecto de inversión en materia de turismo en la parroquia Santa Ana, Cuenca, Ecuador."

Autores: Jennifer Marisol Aucapiña Sangurima - Ángel Xavier Déleg Romero

Director: Segundo Freire Chaglla - ORCID: 0000-0002-5558-174

Certificado de Precisión FCH-TR-LicTur-396

Yo, Guido E Abad, certifico que soy traductor de español a inglés, designado por la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, que he traducido el presente documento, y que, al mejor de mi conocimiento, habilidad y creencia, esta traducción es una traducción verdadera, precisa y completa del documento original en español que se me proporcionó.



guido.abad@ucuenca.edu.ec

Santa Ana de los Ríos de Cuenca, 30 de enero de 2024

Elaborado por: GEAV

Abstract en formato MsWord enviado a correo institucional de director/a de trabajo de titulación/UIC y estudiante/s.

Índice de contenidos

Contenido

Resumen.....	2
Abstract.....	3
Índice de contenidos.....	5
Índice de figuras.....	7
Índice de tablas.....	10
Agradecimientos.....	12
Dedicatoria.....	13
INTRODUCCIÓN.....	14
CAPÍTULO 1. DIAGNÓSTICO RURAL PARTICIPATIVO DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA - SOCIAL DE LA PARROQUIA SANTA ANA.....	16
1.1. Diagnóstico y problema.....	16
1.1.1. Descripción de la situación actual del área.....	16
1.1.2. Identificación, descripción y diagnóstico del problema.....	20
1.1.3. Línea base del proyecto.....	26
1.1.4. Análisis de la oferta y demanda.....	27
1.1.5. Identificación y caracterización de la población objetivo.....	56
1.1.6 Ubicación geográfica e impacto territorial.....	58
1.2. Articulación con la planificación.....	59
1.3. Matriz marco lógico.....	60
1.3.1. Objetivo general y objetivos específicos.....	60
1.3.2. Indicadores de resultado.....	60
1.3.3. Marco lógico.....	61
CAPÍTULO 2. VIABILIDAD TÉCNICA.....	66
2.1. Descripción de la ingeniería del proyecto.....	66
2.2. Especificaciones técnicas.....	81
CAPÍTULO 3. ANÁLISIS INTEGRAL DE LA VIABILIDAD.....	87

3.1. Viabilidad económica	87
3.1.1. Metodologías utilizadas para el cálculo de la inversión total, costos de operación y mantenimiento, ingresos y beneficios.....	87
3.1.2. Identificación y valoración de la inversión total, costos de operación y mantenimiento, ingresos y beneficios.....	89
3.1.3. Flujo económico	94
3.1.4. Indicadores económicos (TIR, VAN Y otros).....	96
3.2. Viabilidad financiera – fiscal	97
3.3. Viabilidad ambiental.....	97
3.3.1. Análisis de impacto ambiental y riesgos.....	97
3.3.2. Sostenibilidad social.....	100
3.4. Financiamiento y presupuesto.....	101
3.5. Estrategia de ejecución.....	103
3.5.1. Estructura operativa	103
3.5.2. Arreglos institucionales y modalidad de ejecución	104
3.5.3. Cronograma valorado por componentes y actividades.....	106
3.5.4. Demanda pública nacional plurianual.....	108
3.6. Estrategia de seguimiento y evaluación.....	111
3.6.1. Seguimiento a la ejecución	111
3.6.2. Evaluación de resultados e impactos	111
CONCLUSIONES	113
RECOMENDACIONES.....	115
Referencias.....	116
Anexos	120

Índice de figuras

Figura 1 Mapa físico - político de la parroquia Santa Ana	17
Figura 2 Árbol de problemas de la parroquia Santa Ana, Cuenca	25
Figura 3 Distribución de la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca	33
Figura 4 Rango de edad de la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca.....	34
Figura 5 Estado civil de la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca	35
Figura 6 Nivel de instrucción de la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca.....	35
Figura 7 Situación laboral de la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca.....	36
Figura 8 Ingreso mensual de la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca	36
Figura 9 Temporada de viaje que prefiere la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca.....	37
Figura 10 Frecuencia de viaje de la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca.....	38
Figura 11 Tipo de turismo que prefiere la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca.....	39
Figura 12 Promedio de gasto por día de la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca.....	39
Figura 13 Servicios utilizados por la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca.....	40
Figura 14 Tipo de compañía que la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca prefiere	41
Figura 15 Conformación del grupo de viaje de la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca.....	41
Figura 16 Duración promedio de la estadía de la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca.....	42
Figura 17 Medio de comunicación por el cuál la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca tuvo conocimiento del lugar que visitó	43

UCUENCA

Figura 18 Medio de transporte que utiliza la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca.....	43
Figura 19 Actividades preferidas por la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca.....	44
Figura 20 Valor que está dispuesta a pagar la demanda potencial de las zonas urbanas de Cuenca por sus actividades preferidas	45
Figura 21 Preferencias en el estilo de visita de la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca.....	45
Figura 22 Tipo de hospedaje en el que la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca desearía hospedarse al realizar turismo en Santa Ana	46
Figura 23 País y ciudad de origen de la demanda potencial de los turistas que visitan Cuenca	48
Figura 24 Rango de edad de la población demandante potencial de los turistas que visitan Cuenca.....	48
Figura 25 Nivel de instrucción de la demanda potencial de los turistas que visitan Cuenca	49
Figura 26 Tipo de turismo que prefiere la población demandante potencial de los turistas que visitan Cuenca	49
Figura 27 Tipo de compañía que la población demandante potencial de los turistas que visitan Cuenca prefiere	50
Figura 28 Duración promedio de la estadía de la población demandante potencial de los turistas que visitan Cuenca.....	50
Figura 29 Actividades preferidas por la población demandante potencial de los turistas que visitan Cuenca	51
Figura 30 Valor que está dispuesta a pagar la demanda potencial de los turistas que visitan Cuenca por sus actividades preferidas	52
Figura 31 Tipo de hospedaje que prefiere la población demandante potencial.....	52
Figura 32 Distribución de la población demandante efectiva de la zona urbana de Cuenca	53
Figura 33 Atractivos turísticos de la parroquia Santa Ana más conocidos por la demanda efectiva de la zona urbana de Cuenca.....	54
Figura 34 Atractivos turísticos de la parroquia Santa Ana más conocidos por la demanda efectiva de los turistas que visitan Cuenca	54
Figura 35 Mapa del primer tramo de la ruta 1	73
Figura 36 Mapa del segundo tramo de la ruta 1	74
Figura 37 Mapa del tercer tramo de la ruta 1	75

UCUENCA

Figura 38 <i>Mapa del recorrido de la ruta 1</i>	76
Figura 39 <i>Mapa del primer tramo de la ruta 2</i>	77
Figura 40 <i>Mapa del segundo tramo de la ruta 2</i>	78
Figura 41 <i>Mapa del recorrido de la ruta 2</i>	79
Figura 42 <i>Pictogramas utilizados en los senderos</i>	80
Figura 43 <i>Organigrama estructural del proyecto</i>	103

Índice de tablas

Tabla 1 Recursos naturales y culturales con potencial turístico	19
Tabla 2 Línea base del proyecto.....	26
Tabla 3 Resumen de la oferta turística de las comunidades con los principales atractivos turísticos.....	28
Tabla 4 Distribución de las encuestas	30
Tabla 5 Encuestas aplicadas por parroquia	30
Tabla 6 Estimación de la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca	32
Tabla 7 Estimación de la distribución de la población demandante potencial las zonas urbanas de Cuenca por sexo y parroquia	33
Tabla 8 Estimación de la población demandante potencial de los turistas que visitan Cuenca	47
Tabla 9 Estimación de la población demandante potencial de los turistas que visitan Cuenca por sexo	47
Tabla 10 Demanda efectiva proyectada de la PEA urbana de la ciudad de Cuenca.....	55
Tabla 11 Demanda efectiva proyectada de los turistas que visitan Cuenca	55
Tabla 12 Ubicación geográfica de la población objetivo	56
Tabla 13 Distribución del sexo de la población demandante efectiva de la zona urbana de Cuenca por parroquia	57
Tabla 14 Distribución de la población demandante efectiva de los turistas que visitan Cuenca	57
Tabla 15 Ubicación geográfica del proyecto.....	58
Tabla 16 Articulación con la planificación.....	59
Tabla 17 Indicadores de resultado.....	60
Tabla 18 Matriz de Marco Lógico (fin, propósito y componentes)	61
Tabla 19 Matriz de marco lógico (actividades)	63
Tabla 20 Anualización de las metas del indicador del propósito	65
Tabla 21 Tipo de señalización para las rutas	80
Tabla 22 Especificaciones técnicas del proyecto.....	82
Tabla 23 Inversión total de la propuesta de la comunidad.....	89
Tabla 24 Inversión total de la propuesta de la población demandante potencial	90
Tabla 25 Inversión total.....	91
Tabla 26 Costos de operación del componente 1 y 2	92

Tabla 27 <i>Número de interesados en la implementación de las propuestas</i>	92
Tabla 28 <i>Ingresos por turismo al implementar las propuestas</i>	94
Tabla 29 <i>Ingresos para los empleos generados en la implementación de las propuestas</i> ...	94
Tabla 30 <i>Flujo económico de la propuesta de la comunidad</i>	94
Tabla 31 <i>Flujo económico de la propuesta del estudio de demanda</i>	95
Tabla 32 <i>Flujo económico de la propuesta del proyecto</i>	95
Tabla 33 <i>Indicadores económicos de las propuestas</i>	97
Tabla 34 <i>Capacidad de carga física de los atractivos</i>	99
Tabla 35 <i>Fuentes de financiamiento</i>	102
Tabla 36 <i>Arreglos institucionales</i>	104
Tabla 37 <i>Modelo de gestión componente 1</i>	104
Tabla 38 <i>Modelo de gestión componente 2</i>	105
Tabla 39 <i>Modelo de gestión componente 3</i>	105
Tabla 40 <i>Cronograma valorado por fuente y componente anual 2024-2025 (dólares)</i>	106
Tabla 41 <i>Demanda pública nacional plurianual</i>	108
Tabla 42 <i>Plan de seguimiento y evaluación</i>	111

Agradecimientos

El presente trabajo de titulación es el resultado del esfuerzo conjunto de un equipo de trabajo, por lo que, agradezco a mi compañero de tesis que, por el apoyo que me ha brindado, a nuestro director de tesis Eco. Segundo Freire Mg. por su esfuerzo, paciencia y dedicación, que nos ha guiado para culminar este proyecto, a los miembros del GAD parroquial rural de Santa Ana por darnos la apertura de realizar este estudio dentro de la parroquia.

Agradezco a mi familia por brindarme apoyo incondicional en cada etapa de mi vida, especialmente a mi madre por todos sus esfuerzos para sacarnos adelante y a mis hermanos por motivarme constantemente a lograr mis metas con su ejemplo y respaldo. Así mismo, agradezco a Dios por darme la fortuna de tener a estas maravillosas personas en mi vida.

Jennifer Marisol Aucapiña Sangurima

Agradecemos primeramente al Eco. Segundo Freire Mg. director de tesis y docente de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca, en quien encontramos el apoyo incondicional y la dirección para llevar a cabo este proyecto.

Al GAD Parroquial Rural de Santa Ana al igual que los presidentes y habitantes de las comunidades por la apertura y el apoyo brindado durante la realización del presente proyecto.

A todas las personas, familiares y docentes que de una u otra forma colaboraron para poder lograr nuestro objetivo de manera satisfactoria.

Ángel Xavier Déleg Romero

Dedicatoria

Dedico este trabajo con mucho amor y admiración a mi familia, que han hecho todo lo posible para que yo esté bien, sea feliz y me sienta amada, su apoyo me permitió culminar esta etapa de la vida. Le dedico este trabajo especialmente a mi mamá Carmiña que se esforzó por cumplir mis sueños, a mi hermana y amiga Sonia, que es mi inspiración y apoyo para alcanzar todo lo que me proponga, a mi hermano Edwin que ha sido como un padre, a mi hermano Carlitos que sé que me cuida y a mi padre que ha sido un sustento económico. Además, le dedico este trabajo a mi mejor amigo, compañero y novio Xavier que me ha brindado cariño, amor y apoyo incondicional día a día, lo logramos amor.

Jennifer Marisol Aucapiña Sangurima

A mi familia, a mis hermanos Christian y Valeria que siempre me han apoyado, a mis padres Freddy y Karina por su respaldo, paciencia y ayuda, sobre todo con los recursos necesarios para poder estudiar, gracias a ustedes soy una persona llena de valores, perseverante y trabajadora, con coraje y determinación para lograr mis objetivos.

A mi novia Jennifer, mejor amiga y compañera quien ha sido mi principal fuente de inspiración y quien sin su manera de impulsarme, motivarme y apoyarme nada de esto habría sido posible, de igual manera a su familia por su apoyo incondicional.

En honor a mi abuelita Blanca, la principal motivación para dedicarme a estudiar, pues le prometí que me graduaría y le dedico esta tesis, aunque ya no esté conmigo, su espíritu y aliento siguen guiándome en cada momento de mi vida.

Ángel Xavier Déleg Romero

INTRODUCCIÓN

La parroquia Santa Ana es una localidad rural con un potencial turístico destacable cerca de la ciudad de Cuenca, cuenta con características geográficas particulares con recursos naturales y paisajísticos ricos en flora y fauna que generan espacios ideales para la práctica de actividades al aire libre y deportes de aventura. Sin embargo, la separación social, la falta de planificación e improvisación en el desarrollo del turismo han provocado un mal manejo de las potencialidades de la parroquia y la ausencia de oportunidades económicas para sus habitantes. Como respuesta a esta necesidad, para aprovechar sus recursos de manera apropiada y generar beneficios, se propuso el presente trabajo de titulación que tiene como objetivo realizar un estudio de viabilidad para la posible implementación de un proyecto de inversión en materia de turismo.

Para su elaboración se utilizó la estructura planteada en la guía metodológica de presentación de proyectos de inversión pública de la Secretaría Nacional de Planificación. Contiene tres capítulos, en los que se realizaron visitas técnicas a la parroquia para formular el proyecto en conjunto con los presidentes de los comités de desarrollo comunitario, la población y el personal técnico del GAD parroquial rural de Santa Ana. De modo que, cada capítulo tuvo participación de todos los posibles actores del proyecto y el asesoramiento de profesionales.

En el primer capítulo, se realizó un diagnóstico rural participativo de la situación social y turística de la parroquia, donde se aplicaron talleres de diagnóstico en las comunidades para conocer los problemas que limitan la actividad turística, así como las posibles soluciones que los pobladores proponen para solucionarlos. Como resultado, los tres principales ámbitos que el proyecto busca fortalecer son asociatividad, gestión y la infraestructura turística. Además, se ejecutó un estudio de mercado, donde la población demandante está clasificada en dos grupos, el primero por turistas que visitan Cuenca y el segundo por los habitantes de la zona rural de la ciudad. La finalidad de este estudio fue conocer los intereses y las motivaciones de la población demandante potencial y determinar qué tipo de actividades los atraerían a la parroquia de tal manera que, identificados los deseos de la comunidad y la población demandante, se procedió a realizar la propuesta del proyecto, definiendo sus componentes y actividades en un marco lógico.

Consecuentemente, en el capítulo dos, se determina la viabilidad técnica mediante la ingeniería del proyecto de las tres propuestas obtenidas para conocer como está compuesta cada una junto con las especificaciones técnicas del estudio. En esta sección, se determinó que los productos turísticos que se deben integrar deben estar enfocados en la naturaleza y

UCUENCA

los deportes de aventura, por lo que se diseñó dos rutas que adecuan la infraestructura para que sea apta para estas actividades. Seguido de esto se llevó a cabo una segunda reunión con la población para presentar el borrador del proyecto tomando en cuenta las sugerencias y observaciones para poder hacer las correcciones pertinentes y obtener la aprobación de los participantes.

El capítulo tres concluye con un análisis integral de la viabilidad, donde se valoraron las propuestas presentadas por los pobladores de las comunidades, la población demandante potencial y la propuesta diseñada en el proyecto para determinar que opción resulta ser la más económica, social y ambientalmente viable para la parroquia. En consecuencia, la propuesta del proyecto, a pesar de requerir una inversión de \$237.292,70 (doscientos treinta y siete mil doscientos noventa y dos con 70/100 dólares de los Estados Unidos de América) es el que mayor número de plazas de trabajo genera, dando como resultado un costo/beneficio de 1,10. Finalmente, con el diseño terminado y evaluado, se realizó una tercera reunión con todos los actores para exponer el proyecto final, así como, entregar los resultados del estudio de viabilidad al GAD parroquial rural de Santa Ana.

CAPÍTULO 1. DIAGNÓSTICO RURAL PARTICIPATIVO DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA - SOCIAL DE LA PARROQUIA SANTA ANA

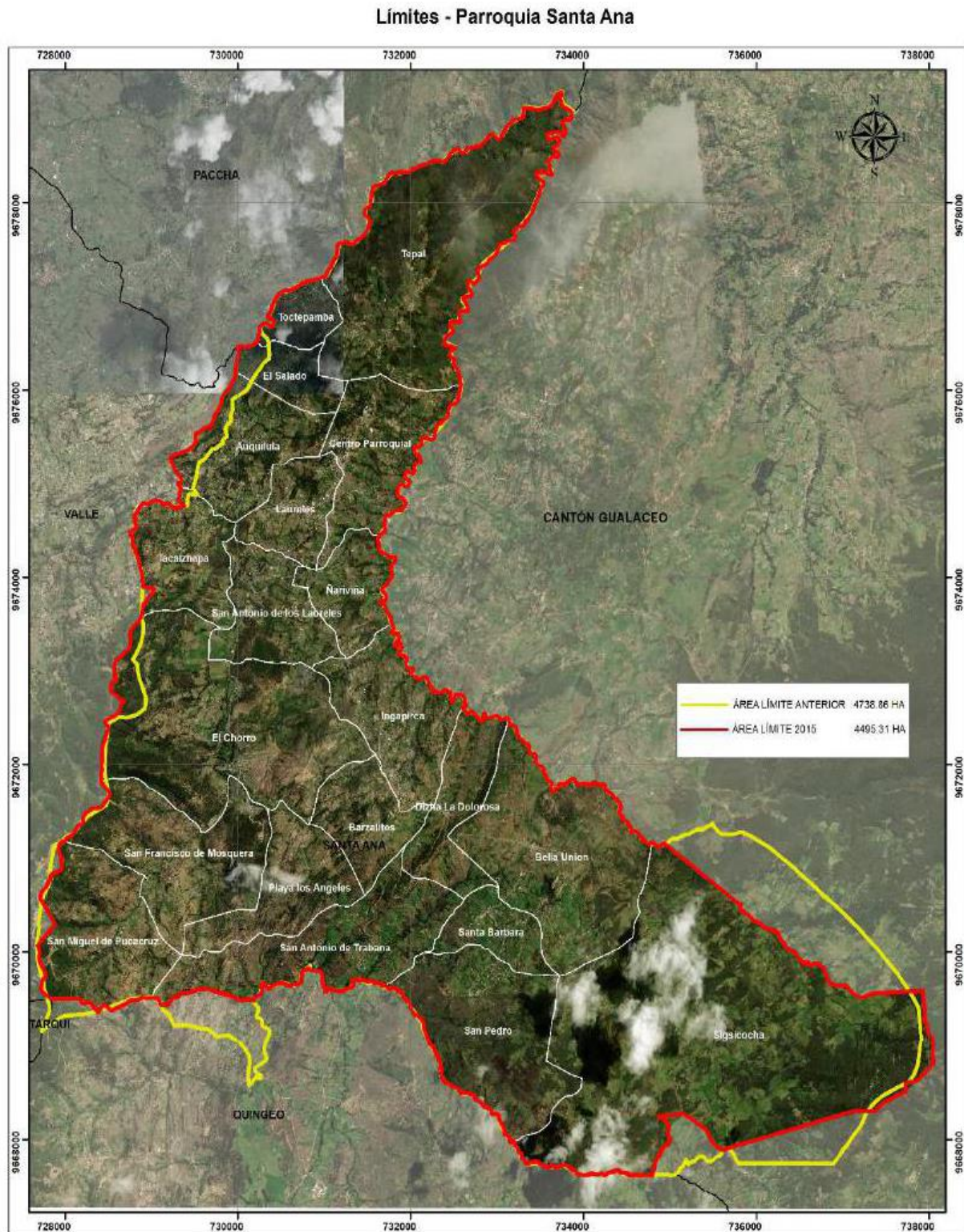
El capítulo contiene un diagnóstico rural participativo del turismo social de la parroquia Santa Ana de tres etapas. La primera etapa consiste en la recolección de datos generales de la parroquia, la interpretación de las perspectivas turísticas de los pobladores interesados en participar en esta actividad para identificar el problema y concluye con un estudio de mercado. La segunda etapa articula las necesidades turísticas que tiene Santa Ana con la planificación de la posible implementación de un proyecto de inversión en materia de turismo como solución a la problemática identificada. La tercera etapa, estructura el marco lógico del diseño de la propuesta del proyecto.

1.1. Diagnóstico y problema***1.1.1. Descripción de la situación actual del área***

La parroquia rural de Santa Ana está localizada en la provincia del Azuay, a 16 km al este de Cuenca. Cuenta con 4.495,31 ha. y limita con las parroquias de Paccha, Zhidmad (Gualaceo), San Bartolomé (Sigsig), El Valle y Quingeo. Según la proyección del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) la población en el año 2020 sería de 6.761 habitantes distribuidos en sus 21 comunidades: Auquilula, Barzalitos, Bella Unión, Centro Parroquial, El Chorro, El Salado, Ingapirca, Dizha La Dolorosa, Los Laureles, Ñariviña, Playa de los Ángeles, San Antonio de los Laureles, San Antonio de Trabana, San Francisco de Mosquera, San Miguel de Pucacruz, San Pedro, Santa Bárbara, Sigsicocha, Tacalzhapa, Tepal y Toctepamba (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Santa Ana [GAD parroquial de Santa Ana], 2019).

Figura 1

Mapa físico - político de la parroquia Santa Ana



Nota: Tomado de "Plan de Ordenamiento Territorial", por GAD parroquial de Santa Ana, 2019.

UCUENCA

Santa Ana posee un clima Semihúmedo con temperaturas mínimas de 6°C y máximas de 30 °C, ya que está asentada en la cordillera occidental de los Andes ecuatorianos a una altura de 2500 a 3500 m.s.n.m. Lo que, le otorga condiciones ideales para el desarrollo de la agricultura, convirtiéndola en la principal actividad productiva de la zona, seguida de la ganadería, que cada vez toma más importancia en la economía de los pobladores. Así mismo, las industrias de construcción y manufacturera son actividades económicas importantes para el sector, donde sobresalen la fabricación de muebles, textiles y alimentos (GAD parroquial de Santa Ana, 2019).

Otro aporte económico para la parroquia es el Relleno Sanitario de Pichacay que tiene una extensión de 123 ha, que proporciona un 5% de sus ingresos al GAD parroquial de Santa Ana. Incluye las comunidades de: El Chorro, Playa de los Ángeles y San Francisco de Mosquera y recibe un peso promedio de desechos sólidos compactados de 480 toneladas diarias a cargo de la Empresa Municipal de Aseo de Cuenca (EMAC EP) (GAD parroquial de Santa Ana, 2019). En cuanto al sector turístico, Santa Ana trabaja en fortalecer su oferta para lograr su posicionamiento como destino rico en diversidad cultural y natural. Así que ciertos bienes y manifestaciones culturales que son patrimonios son considerados dentro de su con inventario turístico.

Además, cuenta con recursos llamativos contemplados en el turismo. La Tabla 1 contiene los espacios más representativos de la parroquia y fue elaborada con los presidentes de los comités de desarrollo comunitario, por lo tanto, fueron filtrados alrededor de 31 recursos naturales y culturales con potencial turístico. El inventario final consta de seis atractivos, primero elegidos por la comunidad y luego clasificados por la ponderación de los criterios planteados por el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR), ya que, pese a figurar dentro del inventario del GAD parroquial, no cumplen con los criterios para considerarse atractivos turísticos.

Para la jerarquización presentada en la Tabla 1, los lugares elegidos fueron sometidos a criterios de ponderación y jerarquización (Anexo B), de acuerdo con lo establecido por el MINTUR, (2018):

- a) accesibilidad y conectividad. - ponderado sobre 18, hace referencia a las condiciones del acceso al sitio
- b) planta turística / complementarios. - ponderado sobre 18, refiere a la disponibilidad de servicios en el lugar

UCUENCA

- c) estado de conservación e integración sitio / entorno. - ponderado sobre 14, que consiste en las condiciones del sitio y su entorno
- d) higiene y seguridad turística. - ponderado sobre 14, abarca los implementos de recolección, limpieza e iluminación del lugar
- e) políticas y regulaciones, ponderado sobre 10, comprende las leyes y normas que rigen en el sitio
- f) actividades que se practican, ponderado sobre 9, hace referencia a las prácticas posibles a realizar en el lugar
- g) difusión del atractivo ponderado sobre 7, contempla los reconocimientos y la divulgación que tiene el sitio
- h) registro de visitantes y afluencia, ponderado sobre 5, señala los registros acerca de la demanda potencial del sitio
- i) recursos humanos, ponderado sobre 5, contempla el nivel académico de quienes laboran en el sitio.

Los resultados numéricos entre uno y diez son considerados recursos, de 11 a 35 jerarquía I, desde 36 a 60 jerarquía II, de 61 a 85 jerarquía III y desde 86 a 100 jerarquía IV.

Tabla 1

Recursos naturales y culturales con potencial turístico

Comunidad	Nombre	Categoría	Jerarquización del atractivo	Ponderación
Auquilula	Orillas del Río Quingeo	Natural	Recurso	10
Centro Parroquial	Iglesia Matriz Santa Ana	Cultural	Jerarquía II	51
Dizha la Dolorosa	Loma de Dizha	Natural	Jerarquía I	26
El Salado	Quebrada Oscura	Natural	Jerarquía II	40
San Antonio de Trabana	Cascada Tasqui	Natural	Jerarquía II	45
Tepal	Mirador Mama Tepal	Cultural	Jerarquía II	46

Nota. La tabla contiene los recursos naturales y culturales de la parroquia considerados como posibles atractivos por los habitantes de las comunidades y ponderados con base a los criterios de atractivos del MINTUR.

Además, de acuerdo con el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del GAD parroquial [PDOT] (2019), existe un plan para “Implementar un plan de Desarrollo de Turismo Comunitario, aprovechando las potencialidades socio culturales y ambientales de las comunidades”. Es así como queda evidenciado el interés de las autoridades de Santa Ana por adoptar a la actividad turística como un factor de desarrollo social mediante los recursos disponibles y propios de la zona. En consecuencia, el turismo comunitario adquiere importancia dentro de la parroquia para dinamizar la economía local.

También pretende acuerdos con las autoridades provinciales para obtener apoyo en proyectos de emprendimiento y turismo. Para fomentar este último aspecto, hay que plantear y ejecutar un Plan de Turismo de la parroquia Santa Ana mediante la identificación y difusión de atractivos turísticos, trabajar en la elaboración de senderos y señalización, así como capacitaciones a la población. El turismo toma cada vez más importancia en la planificación del GAD de Santa Ana.

1.1.2. Identificación, descripción y diagnóstico del problema

A partir de la pandemia causada por la COVID-19, varios sectores fueron gravemente afectados, especialmente el turismo, según la Organización Mundial de Turismo (OMT), en el año 2020, las pérdidas a nivel mundial de ingresos por exportación de turismo fueron de hasta USD 1,2 billones (Camino et al., 2021). De la misma forma, Ecuador sufrió pérdidas económicas significativas, puesto que en el año 2020 perdió el 69% de los ingresos de divisas por turismo (Albornoz et al., 2022). Para mitigar los daños económicos causados en este sector, ha sido necesario innovar propuestas enfocadas principalmente en la naturaleza y cultura impulsando el turismo rural.

Considerando que la actividad turística aporta a la economía de las localidades tanto por los réditos que dejan los turistas al visitar un lugar, como por la generación de nuevas fuentes de inversión y empleo (World Travel & Tourism Council [WTTC], 2014 como se citó en Díaz, 2017). En las zonas rurales, el turismo puede generar empleos directa e indirecta con la preservación y recuperación de tradiciones, siendo uno de los pocos sectores factibles para este tipo de espacios (OMT, 2020). Como resultado, varias comunidades rurales han optado por incluir actividades turísticas como alternativa de lucha contra la pobreza, inclusión social y desarrollo económico.

El turismo en estas zonas incluye a la población local mediante colectivos organizados para el manejo, gestión y supervisión de las actividades ligadas con el aprovechamiento de su

UCUENCA

medio natural, cultural y social, así como la revalorización de sus tradiciones (Kieffer, 2018). De modo que, la localidad es incluida activamente en el proceso donde el turista disfruta de sus recursos y ellos reciben beneficios que deben ser distribuidos de manera equitativa entre todos los actores. Sin embargo, este sistema no funciona siempre de esta manera, puesto que el apoyo para estas zonas en materia de turismo es escaso y las pocas entidades interesadas son externas; donde adecuan los espacios rurales para recibir turismo, sin permitir que los habitantes decidan y desarrollen sus proyectos de vida rural siendo los principales beneficiarios las personas con mayor poder (Madero, 2020).

La actividad turística no solo aporta a la generación de beneficios económicos también ayuda a la revalorización de los recursos culturales y naturales, donde la protección y conservación de estos, toma cada vez más fuerza (Valdez y Ochoa, 2015). Por consiguiente, la población es la encargada de generar un acuerdo de gestión y promoción con el estado mediante políticas de uso de los espacios naturales en el turismo. Así mismo, la infraestructura de los espacios naturales es importante dentro de la actividad, ya que debe estar acorde al paisaje, no debe afectar a la flora y fauna y debe tener mantenimiento periódico para su buen funcionamiento.

En Cuenca, las comunidades de las parroquias rurales tomaron la iniciativa de incursionar en el turismo de manera informal. Posteriormente, los gobiernos autónomos destinaron presupuesto para fomentar esta actividad; sin embargo, solo lograron ejecutar las fases iniciales de los proyectos (GAD del Cantón Cuenca). Esto evidencia la necesidad de optimizar las habilidades de los emprendedores para manejar la actividad turística.

La parroquia rural Santa Ana, es uno de estos espacios interesados en adoptar turismo en su zona, de tal modo que, en el año 2021, un espacio natural denominado “Quebrada Oscura”, tomó popularidad en las redes sociales, atrayendo visitantes a la zona (Redacción El Mercurio, 2022). Por consiguiente, la fama de este atractivo incentivó la creación de pequeños emprendimientos e improvisación de la infraestructura del atractivo. Además, incentivó a los habitantes de distintas comunidades a participar en el turismo.

Sin embargo, las iniciativas implementadas para lograr el progreso económico y social a través del turismo han fracasado. Igualmente, este problema afecta directamente en los ámbitos organizativos, técnico operativo, infraestructura, físico intangible y la capacidad de gasto en conjunto de la parroquia. En consecuencia, el principal problema es la deficiencia de oportunidades económicas en materia de turismo arraigada a la separación social y la falta

de apoyo en estas iniciativas empezando desde la organización más básica que son las comunidades hasta el nivel parroquial.

1.1.2.1. Diagnóstico general del problema de la parroquia

Para abordar la problemática de Santa Ana, la información primaria fue obtenida mediante visitas a cada presidente del comité de desarrollo de las 21 comunidades y posteriormente a los habitantes de estas para lograr un primer acercamiento a la parroquia. Como resultado, la población resultó familiarizada con el trabajo y los objetivos planteados. De modo que expresaron sus ideas y percepciones sobre turismo, permitiendo constatar el interés en la participación en el proyecto, además de solicitar la apertura para trabajar en sus zonas y contar con el apoyo de los pobladores en los talleres de diagnóstico rural participativo y sus actividades.

La geografía espacial jugó un papel muy importante para construir una perspectiva conjunta de la situación de la parroquia, ya que la técnica de mapeo participativo permitió construir un panorama del contexto del uso del espacio y de los recursos para identificar aspectos importantes para la comunidad. La técnica empleada fue el mapa parlante, definida por Ganuza et al. (2010), como dibujos o escrituras de las cualidades geográfico-espaciales de un área definida que permite representar la opinión de la gente sobre el territorio y distintos aspectos relacionados al mismo. En el caso de Santa Ana, los talleres de diagnóstico participativo fueron aplicados en las zonas a las que pertenecen las comunidades con los principales atractivos de la parroquia.

Los talleres de diagnóstico abordaron cinco ámbitos especiales (organizativo, técnico operativo, físico intangible, infraestructura y capacidad de gasto) en los que la situación social y turística son afectados. Además, estos repercuten directamente en la causa del problema central (deficiencia de oportunidades económicas en materia de turismo). Dando como resultado la siguiente relación:

Concentración de los recursos económicos en el centro parroquial y sedes zonales.

Santa Ana tiene 21 comunidades distribuidas en cuatro zonas, que cuentan cada una con su propio comité de desarrollo comunitario para representar a sus habitantes, siendo las personas con mayor autoridad y poder de decisión los presidentes. La zonificación de la parroquia tiene una gran influencia con respecto al apoyo dentro y fuera de las comunidades, especialmente en la zona uno, conformada por alrededor de 2018 personas ya que, tienen relaciones más estrechas, participación y mayor apoyo debido a su cercanía al centro

UCUENCA

parroquial. Sin embargo, los habitantes de las zonas más alejadas muestran inconformidad ya que viven en conflicto por la falta de apoyo de las autoridades parroquiales hacia sus necesidades.

Por lo que, la división social y la inconformidad en las comunidades son evidentes, sobre todo por parte de los habitantes localizados lejos de los centros comunales, ya que se sienten excluidos, desplazados o ignorados, por lo que están apartados en las actividades conjuntas. En cuanto al manejo de turismo, muestra la alianza en las juntas directivas para mejorar los atractivos, sin embargo, las comunidades están divididas entre los que apoyan el empleo del espacio para el turismo y los que prefieren destinar ese territorio para su uso personal. Esto ocurre porque no todos los habitantes sienten que les beneficiará la actividad y no creen que a futuro vean que cambie esa situación.

Ausencia de un organismo encargado de turismo dentro de la parroquia. En la Parroquia Santa Ana, la causa del mal manejo turístico es la falta de conocimientos y la improvisación en los servicios debido a la ausencia de un organismo dedicado a regular la actividad y capacitar a la población sobre operación turística en el área. De esta manera, la profesionalización en el ámbito turístico es nula dentro de las comunidades gestoras de los atractivos. Aunque, el GAD parroquial tiene personal técnico encargado de planificar proyectos en todas las áreas dentro de Santa Ana, es necesario también capacitar en manejo turístico a los habitantes ya que son los futuros gestores y su nivel de educación es bajo. Según el Censo de población y Vivienda 2010, más del 47 % de los habitantes solo tienen instrucción primaria y apenas el 2,9 % tiene estudios superiores (GAD parroquial de Santa Ana, 2019).

Conflictos legales en las áreas con potencial turístico. Los interesados en participar en el presente estudio seleccionaron cinco atractivos y un recurso turístico representativos de la parroquia, que además son puntos de distribución ya que conectan a varias comunidades o zonas. Estos atractivos son los siguientes: Quebrada Oscura ubicada en la comunidad El Salado, Iglesia Matriz de Santa Ana perteneciente a la comunidad Centro Parroquial, Loma de Dizha localizada en la comunidad de Dizha La Dolorosa, Cascada Tasqui que pertenece a San Antonio De Trabana y finalmente el Mirador Mama Tepal que corresponde a la comunidad de Tepal. El recurso identificado con potencial es la Orilla del Río Quingeo misma que parte desde la comunidad de Auquilula y la cuál es aprovechable como un acceso directo a la Quebrada Oscura.

La mayoría de estos espacios mencionados tienen conflictos legales, puesto que los gestores designan estos espacios como turísticos sólo a través de acuerdos verbales para las

UCUENCA

donaciones de los lugares. Sin embargo, el acceso a estos conlleva a una disputa por el uso del suelo. La razón es que, el 47,14% de la superficie de la parroquia es utilizada para la agricultura y está en constante expansión; provocando así que muchas personas prefieran cerrar el paso e impedir el acceso al atractivo.

Débil infraestructura y producción turística. Para generar oportunidades económicas, Santa Ana debe ser estructurada como un destino, contar con una infraestructura adecuada y variedad de productos. Sin embargo, en la parroquia existen factores limitantes para el aprovechamiento de los espacios sobre todo por el estado actual de sus atractivos y la ausencia de productos turísticos implementados. Puesto que no cuentan con servicios complementarios para la oferta, los servicios de salud y alimentación son escasos y solo ofrecen transporte a nivel parroquial.

Con respecto a la accesibilidad, solo 26,17 km del sistema vial están asfaltados y en buenas condiciones mientras que los 99,09 km restantes son de lastre en estado regular debido al deterioro causado por la época invernal (GAD parroquial de Santa Ana, 2019). El servicio de agua potable, a pesar de abarcar el 92% de la parroquia, solo tres comunidades cuentan con servicio ininterrumpido. De igual manera, solo el 28% de la parroquia tiene alcantarillado y el 72% restante cuenta con pozo séptico.

El servicio de luz es el único que funciona con normalidad cubriendo al 96% de la zona (GAD parroquial de Santa Ana, 2019). Además, los atractivos están deteriorados y con necesidad de adecuaciones como señaléticas y servicios higiénicos. Como resultado, no existe una infraestructura adecuada para crear productos turísticos que generen oportunidades económicas dentro de la parroquia.

Financiamiento limitado y bajo presupuesto para aprovechar los potenciales atractivos turísticos. Finalmente, las pocas visitas turísticas que recibe Santa Ana son excursionistas que no consumen productos ni servicios locales, por lo tanto, no deja beneficios económicos para la población. Por ello, los habitantes siguen apostando únicamente por la agricultura y ganadería, ámbitos que han sido la principal fuente económica de la parroquia desde hace años. En el ámbito financiero, los bienes comunales siempre han sido obtenidos con gestiones internas y no con inversiones, sobre todo por falta de asistencia crediticia.

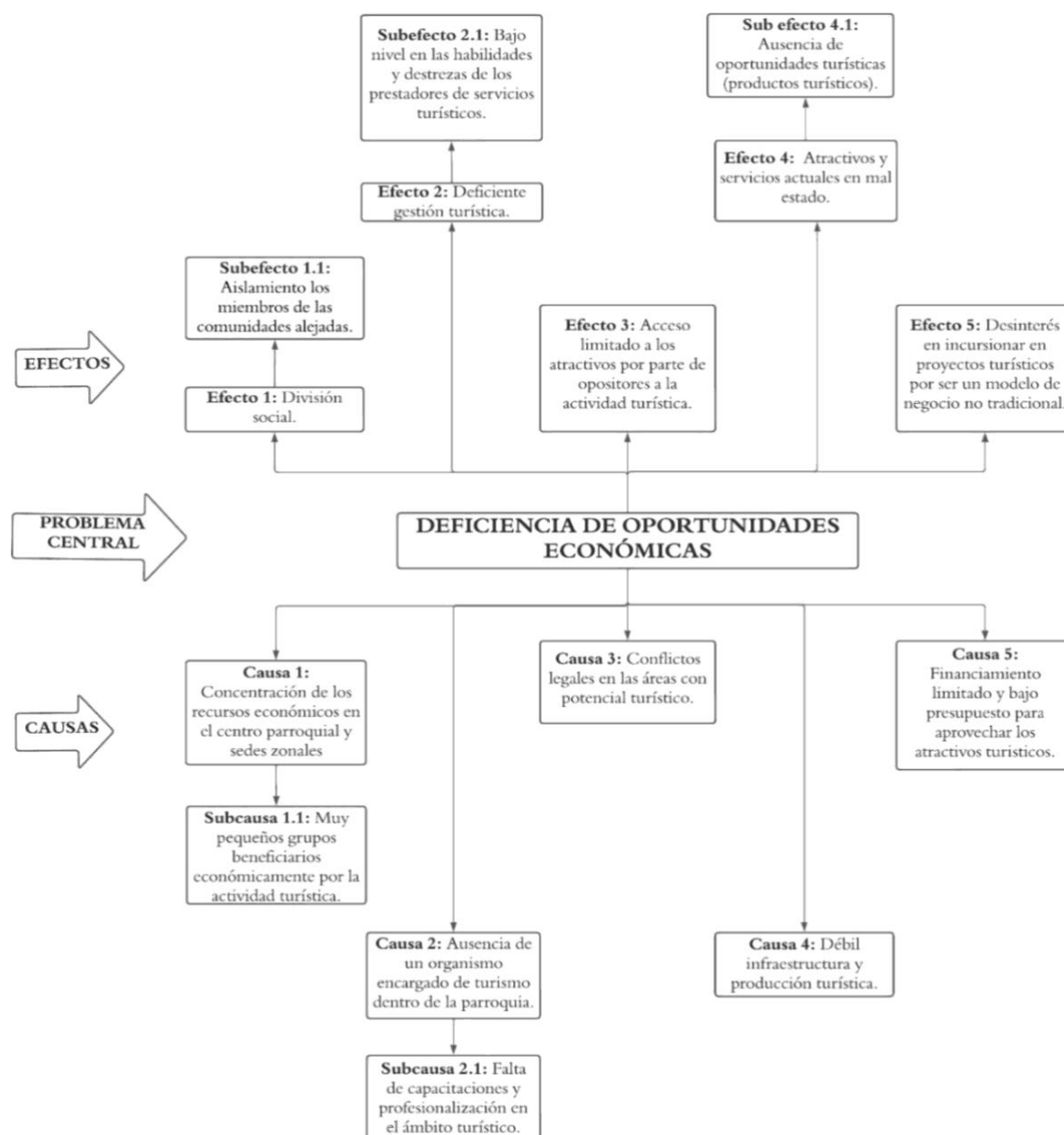
El 100% de la población no tiene ningún interés de contribuir económicamente con fondos locales o propios para la implementación de proyectos turísticos, sin embargo, están comprometidos de manera incondicional a contribuir con mano de obra para trabajar en las

UCUENCA

adecuaciones y mejora de la infraestructura a nivel general. Asimismo, garantizan intervenir en la gestión de la obtención de fondos mediante rifas y la consecución de mingas para mantener en buen estado y preservar la integridad del atractivo, así como la de la comunidad receptora.

Figura 2

Árbol de problemas de la parroquia Santa Ana, Cuenca



Nota. La información para elaborar el árbol de problemas fue tomada del diagnóstico rural participativo realizado con los habitantes de las zonas uno y tres de la parroquia Santa Ana.

1.1.3. Línea base del proyecto

Tabla 2
Línea base del proyecto

Problema	Variabes	Indicador	Línea Base
Problema central: Deficiencia de oportunidades económicas en materia de turismo.	Priorización de otros sectores económicos no relacionados al turismo.	Porcentaje de presupuesto destinado a turismo.	Menos del 10% del presupuesto total del componente económico de la parroquia orientado en temas turísticos.
Concentración de los recursos económicos en el centro parroquial y sedes zonales.	Desigualdad entre comunidades.	Cantidad de programas de fortalecimiento comunitario.	1 programa de fortalecimiento organizativo comunitario.
Muy pequeños grupos beneficiados económicamente por la actividad turística.	Población aislada y sin ingresos.	Nivel de interés de la población en la actividad turística.	Escaso interés por incursionar en la actividad turística.
Ausencia de un organismo encargado de turismo dentro de la parroquia.	Falta de planificación y gestión.	Cantidad de instrumentos de planificación turística.	0 planes turísticos territoriales. 0 oficinas de turismo. Proyecto cancelado de estudios de factibilidad que determinen la implementación de un proyecto turístico sostenible para la parroquia.
Falta de capacitaciones y profesionalización en el ámbito turístico.	Manejo empírico e improvisado.	Porcentaje de capacitaciones y profesionales en turismo.	0% ejecutado del proyecto de capacitación sobre el manejo sobre los equipamientos con fines turísticos y atención al cliente. 0% profesionales en turismo dentro de los gestores de turismo en las comunidades.
Conflictos legales en las áreas con potencial turístico.	Pobladores que se ven afectados y cierran sus propiedades.	Porcentaje de tierras en conflicto de áreas involucradas con el turismo.	30% de la parroquia son tierras con alto conflicto por la expansión inadecuada del uso agropecuario en el suelo.
Débil infraestructura y producción turística.	Escases de productos y servicios turísticos.	Porcentaje de infraestructura turística óptima.	15% de infraestructura turística óptima.
Financiamiento limitado y bajo presupuesto para aprovechar los potenciales turísticos.	Escaso aprovechamiento de los potenciales turísticos.	Nivel de cumplimiento de proyectos que fomenten el emprendimiento y encadenamiento turístico.	Cancelación del único proyecto de feria de emprendimientos e intercambio de experiencias para la promoción y encadenamiento de productos locales.

1.1.4. Análisis de la oferta y demanda

1.1.4.1. Oferta turística

Para analizar la oferta son considerados tanto los bienes y servicios utilizados para satisfacer las necesidades de los turistas como a los prestadores de estos sin importar que pertenezcan a la cadena de valor en las zonas donde están los principales atractivos. Según Gudiño (2009), la oferta turística está conformada por transporte, alojamiento, restauración, intermediación, servicios de apoyo del sector privado, servicios de apoyo del sector público e intermediarios. En consecuencia, estas son las principales características del territorio consideradas para este análisis.

Los principales atractivos turísticos de Santa Ana están en las comunidades de Auquilula, Centro Parroquial, Dizha la Dolorosa, El Salado, San Antonio de Trabana y Tepal, de las cuales ninguna comunidad aparece en el catastro turístico de establecimientos a nivel nacional en todas las actividades turísticas del MINTUR (2022). Por lo que, el levantamiento de la información de la oferta turística fue realizada mediante observación en visitas de campo o consulta en fuentes secundarias. La oferta turística de la parroquia se compone de la siguiente manera.

Alojamiento. En una de las comunidades con los principales atractivos hay una pequeña edificación que presta servicios de alojamiento y recreación. En la comunidad aledaña Tacalzhapa, está el establecimiento más popular de alojamiento en la parroquia, El Aeropuerto Hotel.

Restauración. Según la página del GAD Parroquial Santa Ana, la parroquia tiene 8 restaurantes en total. En las comunidades de interés que son Auquilula, Centro Parroquial y Dizha la Dolorosa, hay cinco, los cuales están distribuidos en uno, tres y uno respectivamente. No obstante, alrededor de las vías principales existen puestos informales de comida.

Transporte. Aunque este servicio tiene mayor concurrencia en la parroquia, no existe uno enfocado exclusivamente al turismo. Según la página del GAD Parroquial de Santa Ana, los servicios de transporte con los que cuenta son:

Buses, urbanos y rurales, que sirven de manera continua.

- Bus urbano del Sistema Integrado de Transporte de Cuenca (SIT), línea 24, parte desde el área urbana de la ciudad y llega hasta la comunidad de

Auquilula y labora desde las 6:00 am hasta las 7:30 pm, su frecuencia es de cada 6 minutos.

- Transprogreso, que recorre todas las comunidades en el horario de 5:30 am a 8:00 pm, con frecuencia de 30 minutos y 1 hora.
- Trans Milagro, atraviesa la Santa Ana y va hacia la parroquia Quingeo, disponible en el horario de 5:30 am a 10:00 pm.
- Trans Sigsig, Austro Rutas, y Trans Santa Barbara atraviesan la parroquia y llegan hasta cantones aledaños, brinda sus servicios en el horario de 5:30 am a 10:00 pm.

Camionetas, las cuales están en comunidades y prestan servicio a toda la parroquia durante las 24 horas, los 7 días de la semana.

- Bella Express localizada en la comunidad Bella unión.
- Trans-Colinas localizada en el Centro Parroquial.
- Trans Dizha localizada en la comunidad Dizha la Dolorosa.

Tabla 3

Resumen de la oferta turística de las comunidades con los principales atractivos turísticos

Comunidad	Oferta turística		Transporte							
	Nombre del Atractivo turístico	Número de establecimientos de alojamiento	Número de establecimientos de restauración	Buses					Nombres de las cooperativas de camionetas	
				Bus urbano línea 24	Transprogreso	Trans Milagro	Trans Sigsig	Austro Rutas		Trans Santa Barbara
Auquilula	Orillas del río Quingeo	0	1	X	X	X	X	X	X	-
Centro Parroquial	Iglesia Matriz de Santa Ana	0	3	-	X	X	X	X	X	Trans Colinas
El Salado	Quebrada Oscura	0	0	-	X	X	X	X	X	
Dizha la Dolorosa	Loma de Dizha	0	1	-	X	X	X	X	X	Trans Dizha
San Antonio de Trabana	Cascada Tasqui	0	0	-	X	X	X	X	X	-
Tepal	Mirador Mama Tepal	1	0	-	X	X	X	X	X	-

UCUENCA

1.1.4.2. Demanda turística

Santa Ana posee gran diversidad cultural y natural, conjugada con un paisaje atractivo, elementos que han motivado la concurrencia de visitantes. Para el análisis de la demanda fue empleado el instrumento de encuestas estructuradas, donde el cálculo de la muestra fue por conglomerados aleatorios simples por cada manzana cubriendo las 15 parroquias urbanas de la ciudad obteniendo probabilidades de aceptación. Para obtener el universo del estudio fue considerado que, en el año 2020 después de la pandemia causada por la COVID-19; la Fundación Municipal Turismo para Cuenca, lanzó la campaña “El primer turista soy yo”, enfocada en incentivar a la población local a visitar y participar en las actividades turísticas de su ciudad (GAD del Cantón Cuenca).

Así, el cuencano es el primer consumidor y vocero de los productos turísticos de su ciudad y después está el turista externo. Por lo tanto, para el análisis de la demanda turística, fueron considerados dos grupos importantes. En primero lugar está la población económicamente activa (PEA) de las parroquias urbanas de Cuenca y en segundo, los turistas nacionales y extranjeros de Cuenca.

1.1.4.2.1. Población de referencia

La cantidad total de la población que se localiza en el área de influencia del proyecto es conocida como población de referencia. Para su cálculo en este estudio fue considerada, por una parte, la cantidad estimada de 256.745 personas que pertenecen a la PEA urbana de la ciudad de Cuenca. Dato que fue obtenido al multiplicar 418.152 personas que corresponden a las proyecciones referenciales de población de la ciudad en el año 2020 por el 61,4% de la tasa de la PEA del área urbana en ese mismo año (INEC, 2010).

Por otra parte, fueron contemplados los 950.710 visitantes que, según la estimación de turistas en el Cantón Cuenca, existieron en el 2019, de los cuales el 26% son extranjeros y 74% son nacionales (Grupo de Investigación en Economía Regional [GIER], 2019). Por consiguiente, este valor fue sumado con la PEA urbana de la ciudad de Cuenca; dando como resultado 1.207.455 personas, número que corresponde a la población total de referencia. Finalmente, la demanda fue analizada mediante la aplicación de encuestas a una muestra calculada de la siguiente con los siguientes datos:

- Universo (N) = 1.207.455 (población de referencia)

UCUENCA

- Nivel de confianza (Z) = 95% (valor constante que depende del porcentaje de confianza mismo para este estudio fue de 1,96)
- Error de estimación máximo aceptado (e) = 5%.
- Probabilidad de éxito (p) = 50%
- Probabilidad de fracaso (q) = 0,5 (1-p)

Como resultado, al aplicar la siguiente fórmula: $n = \frac{Z^2 pqN}{e^2(N-1)+Z^2 pq}$, el valor del tamaño de la muestra (n) fue 384. Este número de encuestas fue dividido en los dos grupos de demandantes seleccionados, como resultado 192 encuestas fueron aplicadas a la PEA cuencana, distribuidas entre 96 mujeres y 96 hombres; así mismo, las 192 encuestas restantes fueron aplicadas a turistas divididos en 142 encuestas aplicadas a visitantes nacionales y 50 a extranjeros. La Tabla 4 muestra la distribución de las encuestas aplicadas para el estudio:

Tabla 4

Distribución de las encuestas

Participantes	Población de referencia	Número de encuestas aplicadas	% del total de las encuestas aplicadas	% de distribución de encuestas aplicadas a turistas
PEA cuencana	256.745	192	50%	No aplica
Turistas nacionales	705.427	142	50%	74%
Turistas extranjeros	245.283	50		26%
TOTAL	1.207.455	384	100%	100%

A su vez, las encuestas dirigidas a la PEA de las parroquias urbanas de la ciudad de Cuenca fueron aplicadas de la siguiente manera:

Tabla 5

Encuestas aplicadas por parroquia

Parroquia	Proyección referencial población 2020	Estimación PEA urbana 2020	% PEA urbana	Encuestas aplicadas por parroquia
1 Bellavista	25.723	15.794	6%	12
2 Cañaribamba	14.951	9.180	4%	7
3 El Batán	23.103	14.185	6%	11

UCUENCA

4	El Sagrario	8.533	5.240	2%	4
5	El Vecino	43.723	26.846	10%	20
6	Gil Ramírez Dávalos	8.947	5.493	2%	4
7	Hermano Miguel	24.504	15.046	6%	11
8	Huayna Cápac	20.489	12.580	5%	9
9	Machángara	29.221	17.942	7%	13
10	Monay	27.533	16.905	7%	13
11	San Blas	12.296	7.549	3%	6
12	San Sebastián	49.454	30.365	12%	23
13	Sucre	30.850	18.942	7%	14
14	Totoracocha	32.040	19.672	8%	15
15	Yanuncay	66.785	41.006	16%	30
Total		418.152	256.745	100%	192

Nota. La tasa de la PEA urbana de la ciudad de Cuenca en el año 2020 fue de 61,4%, valor que fue multiplicado por la población proyectada en el mismo año. De igual manera, fue calculado el porcentaje por parroquia para obtener el número de encuestas a aplicar en cada una.

La encuesta (Anexo E) está estructurada con 19 preguntas, que fueron procesadas en el sistema Excel. El cuestionario estuvo diseñado de acuerdo con la metodología del estudio de perfil y satisfacción del turista, propuesta por el Centro de Estudios Superiores en Turismo (2012), la cual está compuesta por cuatro apartados:

1. Perfil sociodemográfico del encuestado con preguntas acerca de género, edad, estado civil, situación laboral, entre otros.
2. Estructura de consumo con ítems para determinar los bienes y servicios consumidos y que desean consumir, distribución porcentual del gasto por día y por persona, etc.
3. Planeación de viajes por medio de interrogantes acerca de la temporada y frecuencia de viaje, medio de transporte, entre otros.
4. Satisfacción del turista consultando si pernoctó o no, tipo de alojamiento, duración de la estadía, etc.

1.1.4.2.2. Población demandante potencial

El segmento de la demanda de referencia que potencialmente adquiriría un producto turístico en el área rural de Cuenca es denominado como población demandante potencial. Para identificarla dentro de las encuestas fue aplicada la pregunta “¿Usted está interesado en realizar turismo rural en la ciudad de Cuenca?”, de modo que la porción de la muestra que no es atraída por este tipo de turismo fue descartada. Una vez encontrada la demanda potencial

UCUENCA

fue caracterizada y clasificada por segmentos, separando a los residentes de la zona urbana de Cuenca de los turistas nacionales y extranjeros que visitan esta ciudad.

Zona urbana de Cuenca. La población demandante potencial representa el 95% de la PEA de las 15 parroquias urbanas de Cuenca, donde el porcentaje de la demanda potencial con respecto a la población de referencia es mayor en las parroquias con más concentración de habitantes. En primer lugar, se encuentra Yanuncay con el 16%, seguido por San Sebastián que cuenta con el 12% y el Vecino con el 10%. Así mismo, las parroquias con baja cantidad de población de referencia tienen la menor densidad de demandantes potenciales, tal es el caso de Cañaribamba y San Blas con el 3% cada una y en menor proporción El Sagrario y Gil Ramírez que representan el 2% cada una.

Tabla 6

Estimación de la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca

Parroquia	Población de referencia (PEA)	Encuestas aplicadas	% interesados por parroquia	Estimación de la demanda potencial	% demanda potencial con respecto a la población de referencia
Bellavista	15.794	12	100%	15.794	6%
Cañaribamba	9.180	7	71%	6.557	3%
El Batán	14.185	11	82%	11.606	5%
El Sagrario	5.240	4	100%	5.240	2%
El Vecino	26.846	20	100%	26.846	10%
Gil Ramírez Dávalos	5.493	4	100%	5.493	2%
Hermano Miguel	15.046	11	100%	15.046	6%
Huayna Cápac	12.580	9	89%	11.182	4%
Machángara	17.942	13	100%	17.942	7%
Monay	16.905	13	77%	13.004	5%
San Blas	7.549	6	100%	7.549	3%
San Sebastián	30.365	23	100%	30.365	12%
Sucre	18.942	14	93%	17.589	7%
Totoracocha	19.672	15	93%	18.361	7%
Yanuncay	41.006	30	100%	41.006	16%
TOTAL	256.745	192		243.580	95%

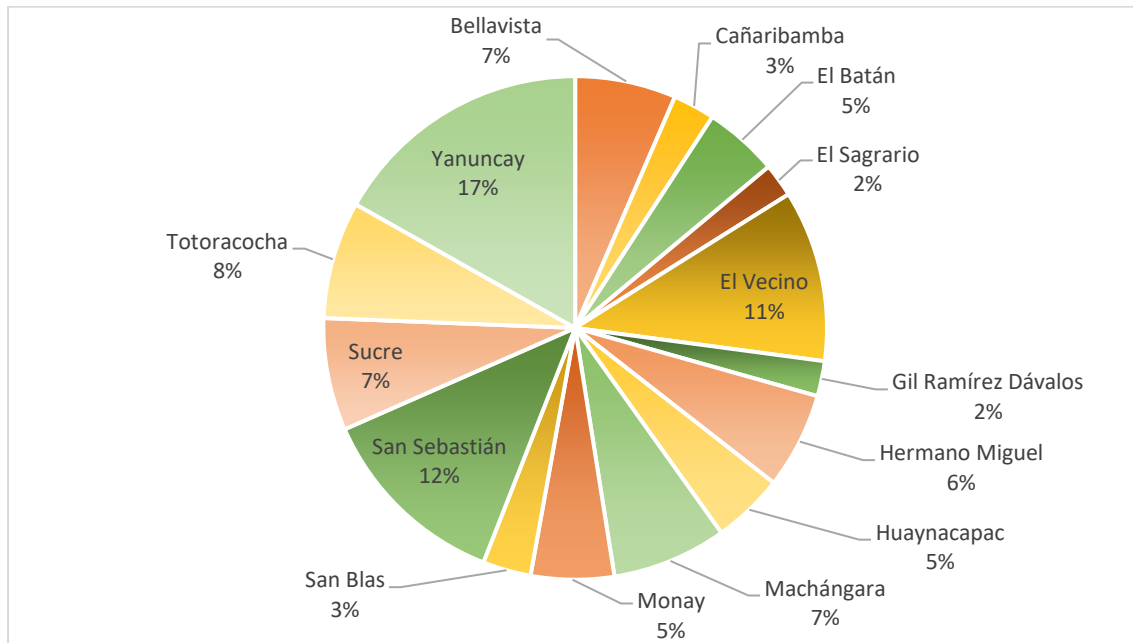
Nota. Para obtener el porcentaje de interesados, fueron tomados en cuenta todos los encuestados que respondieron Sí en la pregunta “¿Usted está interesado en realizar turismo rural en la ciudad de Cuenca?”.

Los datos presentados a continuación fueron obtenidos a partir del 100% de la población demandante potencial, misma que equivale al 95% de la PEA cuencana interesada en realizar

turismo en las parroquias rurales de Cuenca descartando al 5% restante para el análisis de resultados.

Figura 3

Distribución de la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca



Para la identificación sociodemográfica, el sexo es la primera variable, la demanda potencial está dividida en 51% hombres y 49% mujeres, distribuida en las parroquias de la siguiente manera:

Tabla 7

Estimación de la distribución de la población demandante potencial las zonas urbanas de Cuenca por sexo y parroquia

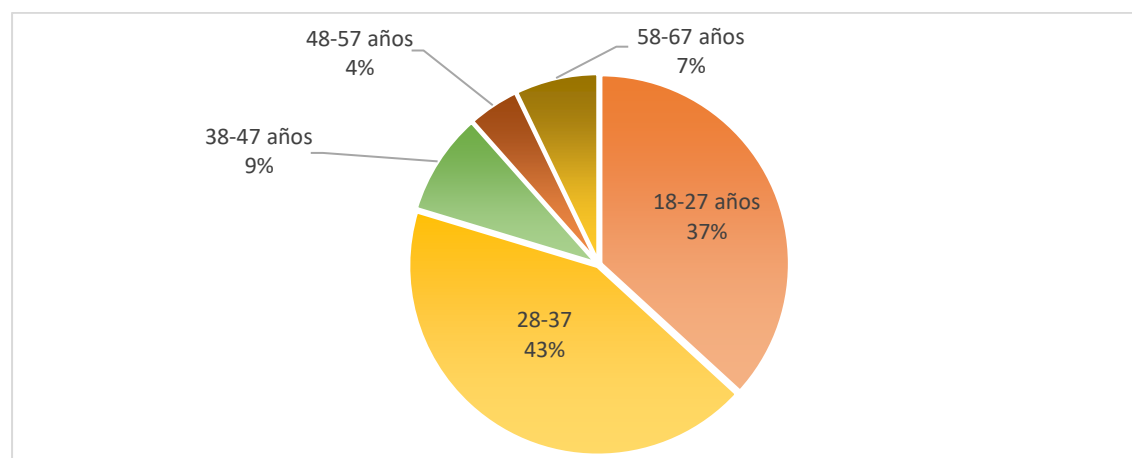
Parroquia	Población de referencia (PEA)	% demanda potencial masculina	% demanda potencial femenina	Estimación de la demanda potencial masculina	Estimación de la demanda potencial femenina
Bellavista	15.794	3%	3%	7.897	7.897
Cañaribamba	9.180	1%	2%	1.311	5.246
El Batán	14.185	2%	3%	3.869	7.737
El Sagrario	5.240	1%	1%	2.620	2.620
El Vecino	26.846	5%	5%	13.423	13.423
Gil Ramírez Dávalos	5.493	2%	1%	4.120	1.373

Hermano Miguel	15.046	4%	2%	9.575	5.471
Huayna Cápac	12.580	2%	3%	4.193	6.989
Machángara	17.942	5%	2%	12.421	5.521
Monay	16.905	2%	4%	3.901	9.103
San Blas	7.549	2%	2%	3.775	3.775
San Sebastián	30.365	8%	5%	18.483	11.882
Sucre	18.942	3%	4%	8.118	9.471
Totoracocha	19.672	4%	3%	10.492	7.869
Yanuncay	41.006	8%	9%	19.136	21.870
TOTAL	256.745	51%	49%	123.334	120.246

Con respecto al perfil de la demanda potencial, el rango de edad en el que los participantes tienen mayor interés de realizar turismo rural es de entre los 28 a 37 años, constituyendo el 43% de la población. El grupo de menor cantidad son personas de entre 48 y 57 representando apenas el 4% lo que demuestra que las personas cercanas a la adulta mayor es la que tiene menor afinidad por este tipo de turismo.

Figura 4

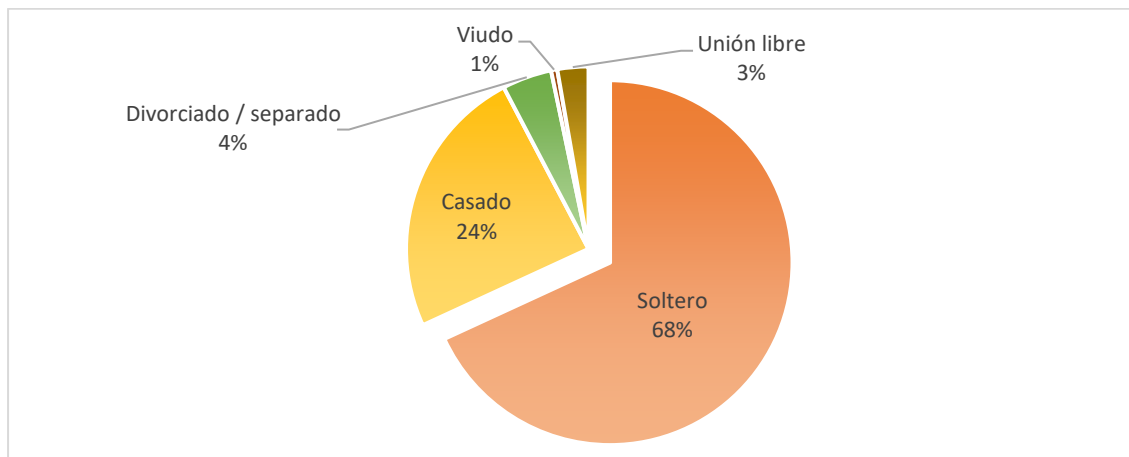
Rango de edad de la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca



Con relación al estado civil, el grupo soltero representa la mayoría con el 68% de la población. Según el INEC (2021), la edad promedio de contrayentes de matrimonio en Ecuador es de 31 a 34 años, por lo que, al encontrarse la demanda potencial en un rango cercano a dicho promedio, este grupo representa el segundo con mayor porcentaje.

Figura 5

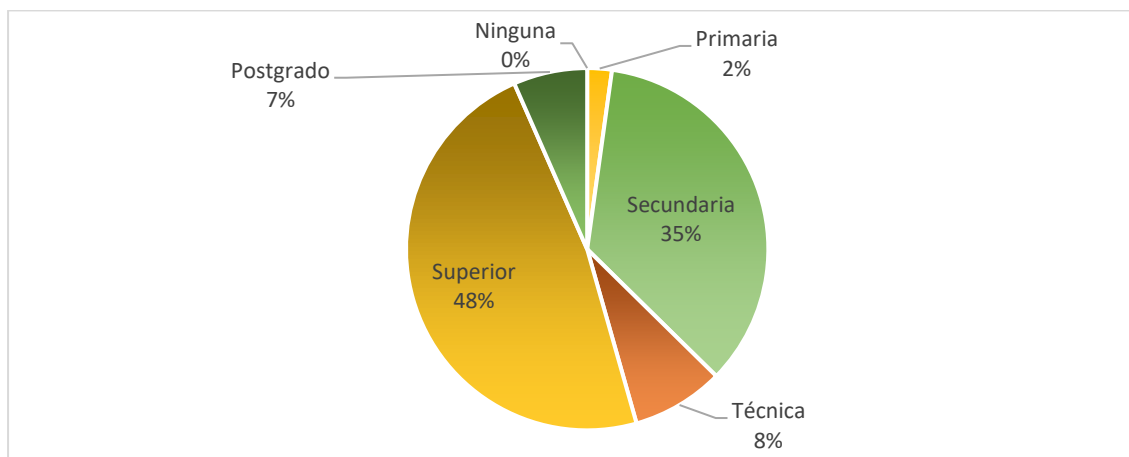
Estado civil de la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca



Además del sexo y la edad de la población demandante potencial, es preciso conocer su nivel socioeconómico, mismo que está compuesto por el grado de instrucción, empleo e ingresos. En la demanda potencial el grado de educación es alto, puesto que la mayoría posee estudios superiores, seguido por un gran grupo con educación secundaria. Finalmente, los porcentajes de personas que no tienen ningún grado de instrucción son nulos, tal como indica la Figura 6.

Figura 6

Nivel de instrucción de la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca

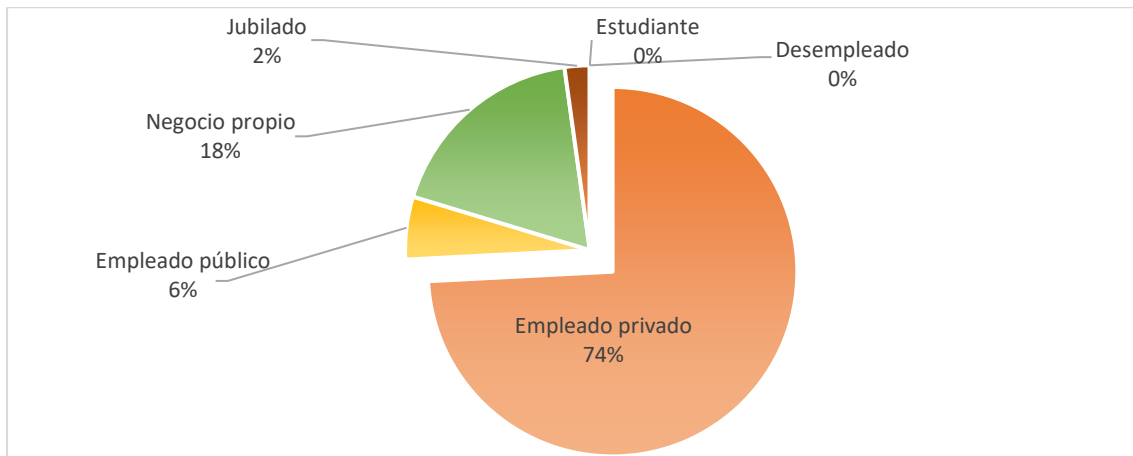


En cuanto a la situación laboral, debido a que, la población de referencia es aquella que

pertenece a la PEA cuencana, no fue aplicada ninguna encuesta a los estudiantes y desempleados por no contar con ingresos. Como resultado, de la población demandante potencial el 74% son empleados privados y tan solo el 5% son públicos.

Figura 7

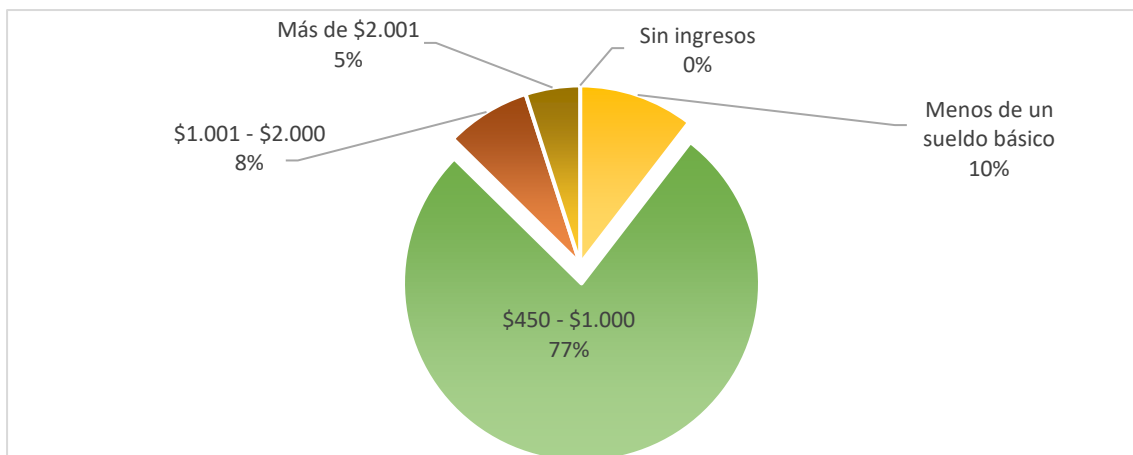
Situación laboral de la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca



Así mismo, fueron descartados los estudiantes y desempleados, por lo que, dentro de la demanda potencial no existen datos de personas sin ingresos. El promedio de ingresos mensuales de la población demandante potencial es superior a un sueldo básico, puesto que el 77% gana entre \$450 y \$1000 e incluso una pequeña parte de la población (5%) percibe un sueldo superior a \$2001 mensuales.

Figura 8

Ingreso mensual de la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca



UCUENCA

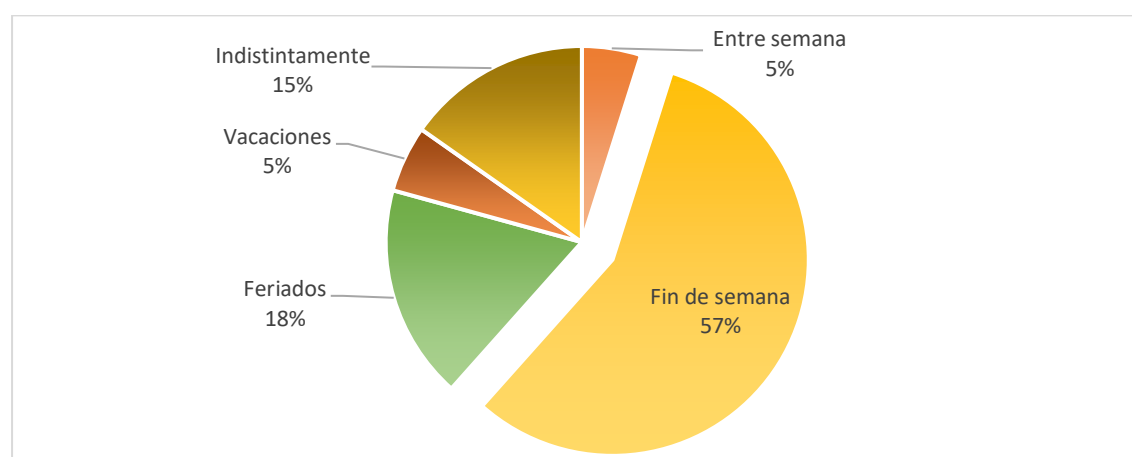
Una vez presentados los anteriores datos, el nivel socio económico de la población demandante potencial de la zona urbana de Cuenca fue determinado. Según Ravallion (2010) uno de los indicadores para la estratificación son los niveles de ingresos de una persona, siendo la línea de pobreza promedio el límite para las clases bajas y posterior a este valor es considerada clase media. En Ecuador, en el año 2022, las personas con ingresos mensuales menores a \$87,57 ingresan en la línea de pobreza (INEC, 2022).

Otro factor para determinar el nivel socioeconómico es el grado de educación, según el INEC (2011), la clase alta tiene estudios de postgrado, la clase media tiene estudios superiores y de secundaria y la clase baja tiene estudios inferiores primaria. Como resultado, la población demandante potencial es de clase media ya que tiene ingresos superiores a un sueldo básico, son empleados privados y su nivel de educación varía entre superior y secundaria. Ligado a la estratificación socioeconómica están los hábitos de consumo, planeación del viaje y satisfacción, aspectos que son presentados a continuación.

Con respecto a la planeación, el primer componente para analizar es la temporada de viaje; el 57% de la población demandante potencial prefiere realizar turismo en áreas rurales los fines de semana. Las temporadas consecutivas con mayores porcentajes hacen referencia a épocas en donde existe mayor tiempo para el ocio, por lo que, la temporada menos concurrida es entre semana.

Figura 9

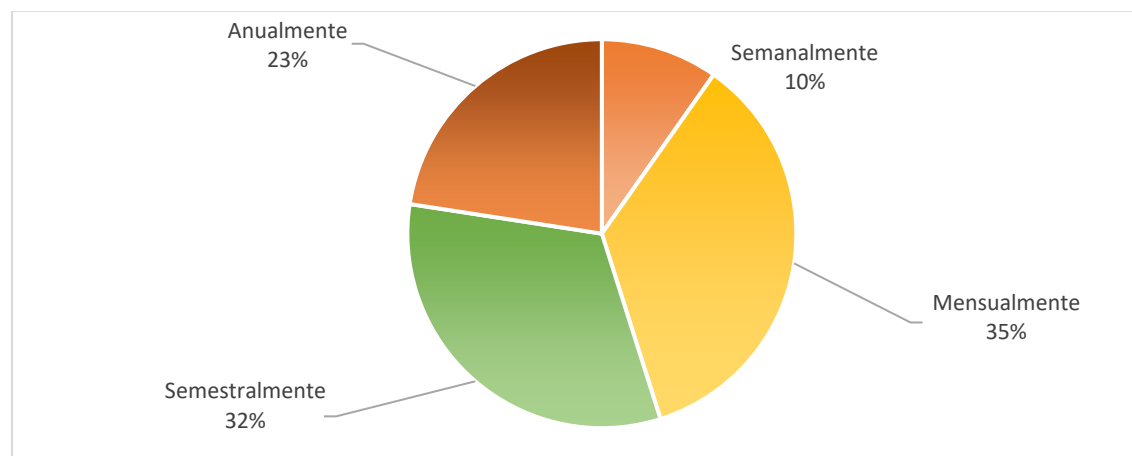
Temporada de viaje que prefiere la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca



El siguiente aspecto es la frecuencia de viaje donde el 35% de las personas realiza turismo en zonas rurales una vez al mes y en similar proporción el 32% lo hacen dos veces al año. Cabe mencionar que, aunque, prefieren realizarlo en fines de semana, no lo efectúan cada fin de semana, por lo que solo un 10% representa el grupo que realiza turismo semanalmente.

Figura 10

Frecuencia de viaje de la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca

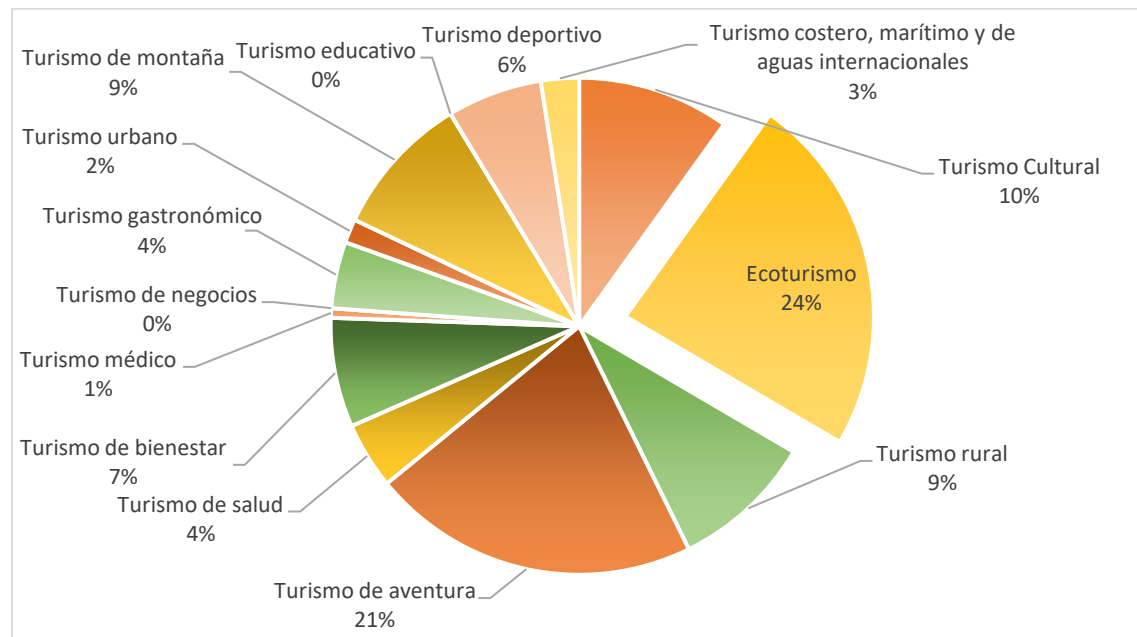


De igual manera, el tipo de turismo que prefiere realizar la población demandante potencial determina la tipología en la que el proyecto debe tener más énfasis. Según la OMT (2019), existen 14 tipos de turismo: 1) ecoturismo, 2) turismo de aventura, 3) turismo costero, marítimo y de aguas internacionales, 4) turismo cultural, 5) turismo de bienestar, 6) turismo de montaña, 7) turismo de negocios, 8) turismo de salud, 9) turismo deportivo, 10) turismo gastronómico, 11) turismo educativo, 12) turismo médico, 13) turismo rural y 14) turismo urbano.

Según los datos obtenidos en las encuestas aplicadas, el ecoturismo es la tipología preferida, alcanzando el 24% de interesados, seguido por el turismo de aventura con el 21%, evidenciando que la población demandante potencial busca actividades desarrolladas en la naturaleza.

Figura 11

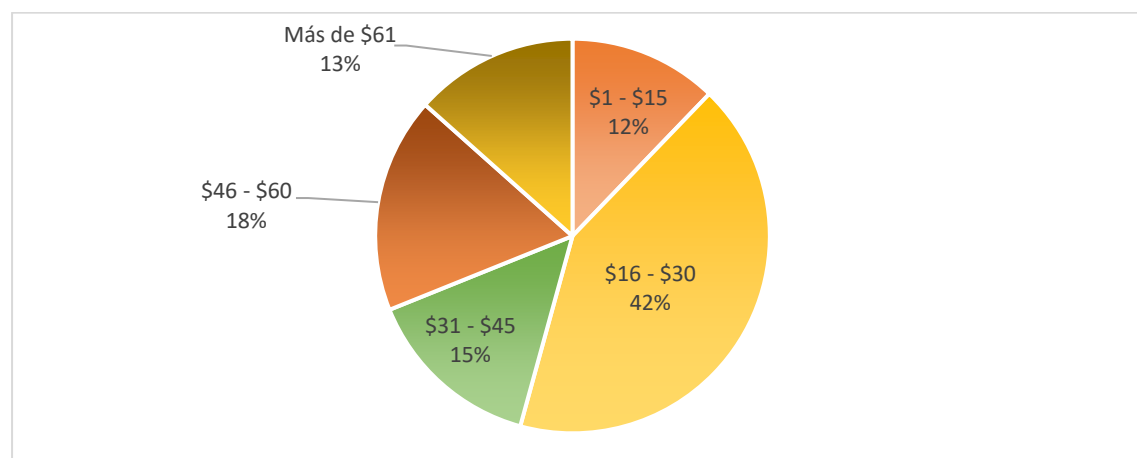
Tipo de turismo que prefiere la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca



En análisis del gasto promedio por día, el 42% de la demanda potencial gasta entre \$16 y \$31, al realizar turismo en parroquias rurales, representando la mayoría. La menor proporción de la demanda es el 12%, misma que solo gasta de \$1 a \$15 dólares. Demostrando que, prefieren gastar valores bajos, pero están dispuestos a ser flexibles con el costo de ciertos servicios.

Figura 12

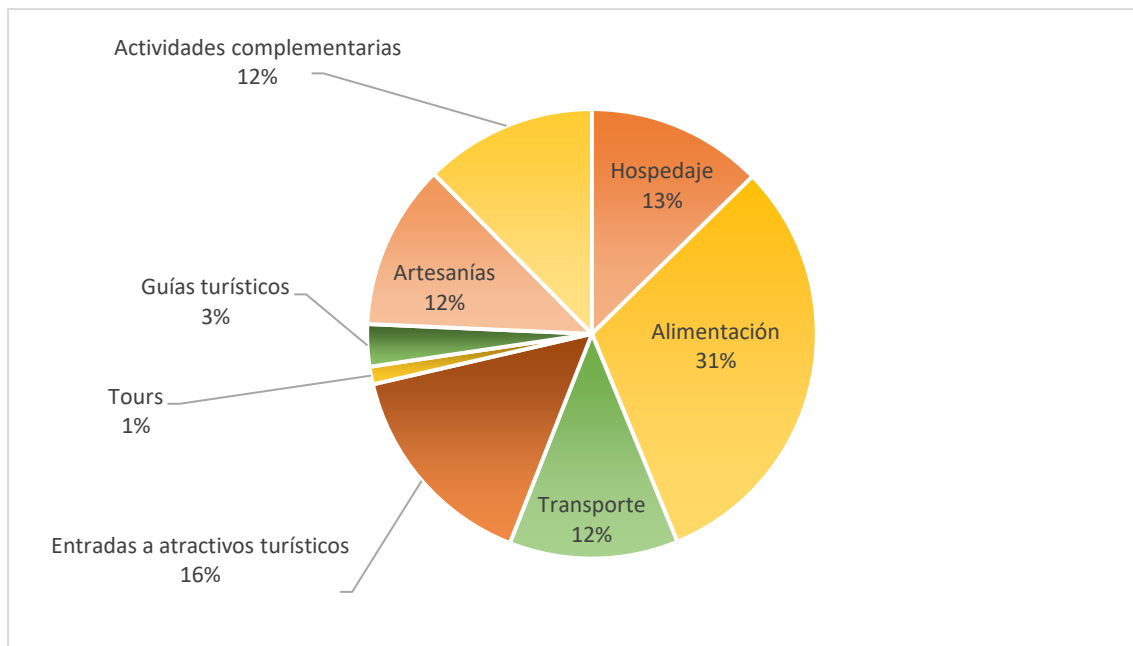
Promedio de gasto por día de la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca



Una vez detallando el gasto anterior, la mayor cantidad de dinero la demanda lo destina a alimentación, alcanzando el 36% de los consumos efectuados por los consumidores. Posteriormente, está el hospedaje con el 14%, seguido de servicios como transporte, artesanías y actividades complementarias con 12% y la adquisición de tours es el más bajo con tan solo el 1%. Estos son claros indicadores de los servicios que principalmente debe tener el proyecto.

Figura 13

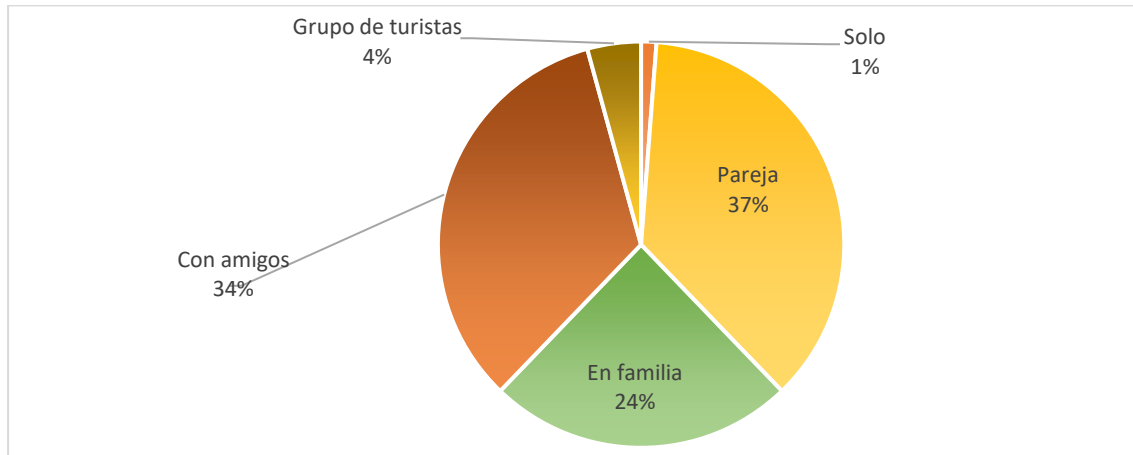
Servicios utilizados por la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca



Otro aspecto para analizar es la preferencia de compañía al viajar a parroquias rurales, puesto que el 37% de la demanda potencial elige viajar con su pareja, el 34% con amigos, el 24% en familia, el 4% en grupo y el 2% restante prefiere ir solo.

Figura 14

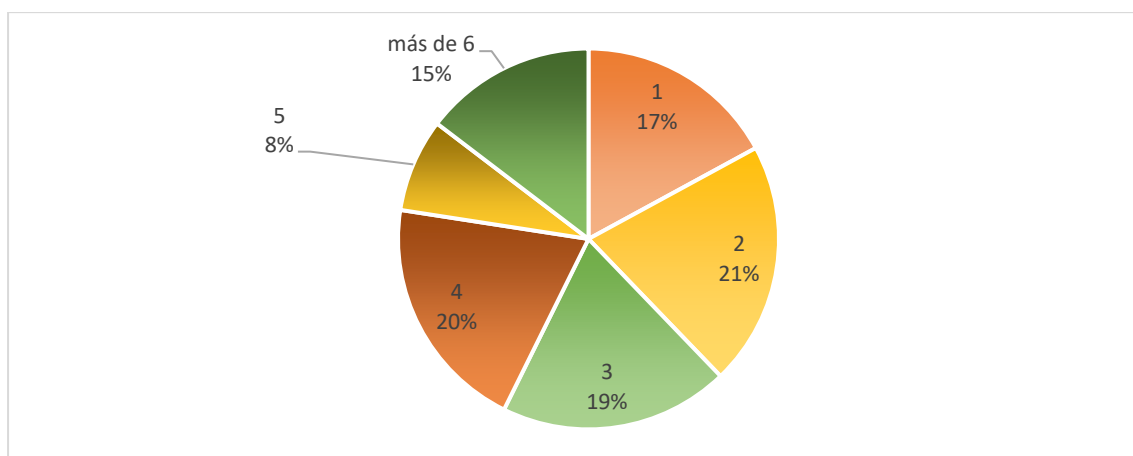
Tipo de compañía que la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca prefiere



Ya que, la demanda potencial prefiere en gran medida realizar turismo en pareja, la mayoría grupos de visita están conformados de dos personas, representando el 21% de la población. Sin embargo, a pesar de que les gusta la compañía, no acostumbran a viajar en grupos muy numerosos ya que muy pocos sobrepasan las 5 personas.

Figura 15

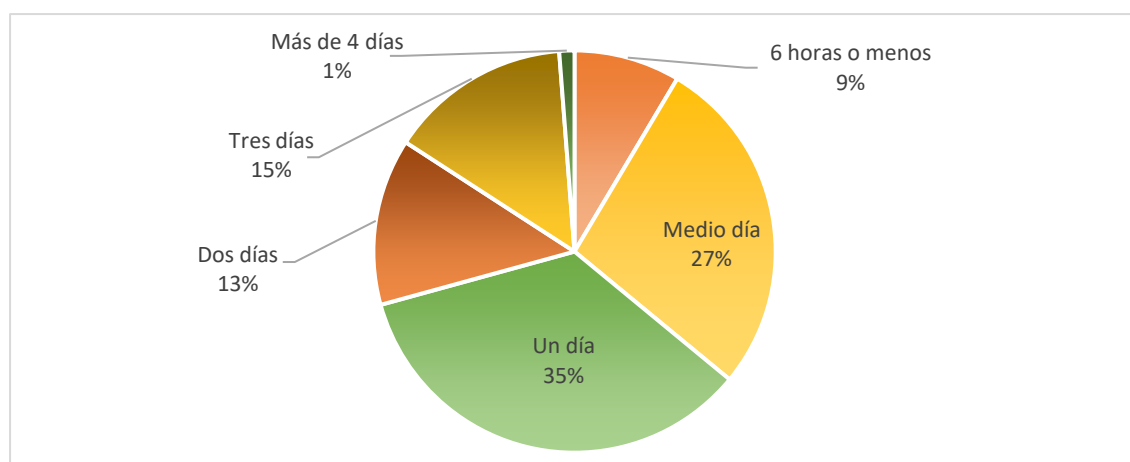
Conformación del grupo de viaje de la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca



En cuanto a la duración de la estadía, el 35% de participantes respondieron que la última vez que realizaron turismo en una parroquia rural permanecieron un día, valor que representa la mayoría. En contraste solo el 1% permaneció más de 4 días, siendo la minoría. Según las respuestas obtenidas, la demanda potencial visita espacios rurales con propósitos turísticos entre medio día y un día completo, como lo indica la Figura 16.

Figura 16

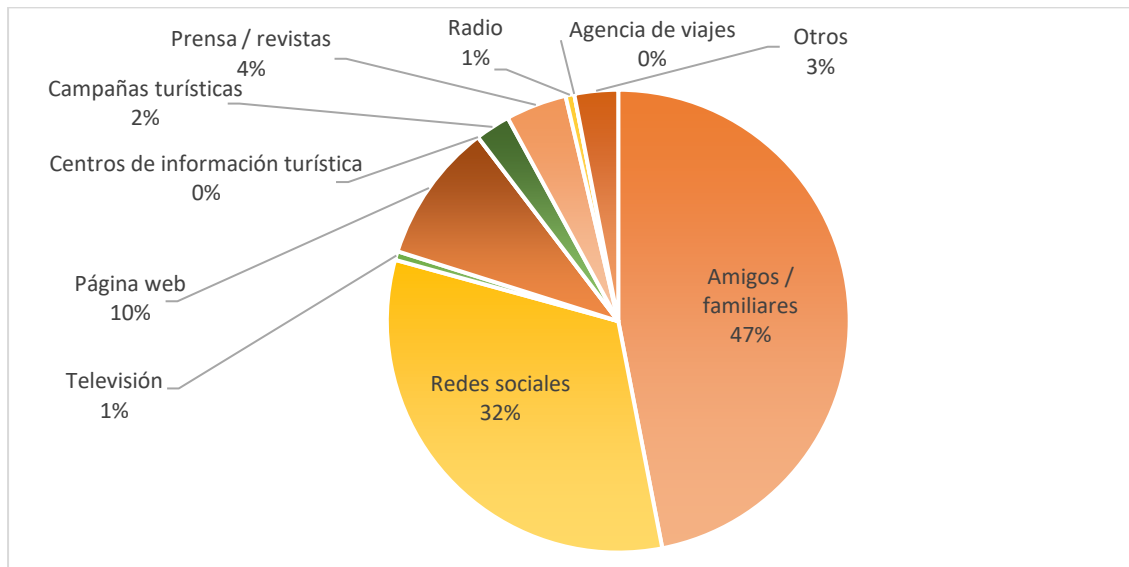
Duración promedio de la estadía de la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca



En el tema de medios de información o divulgación turística, la demanda potencial tuvo conocimiento de la parroquia rural que visitaron por última vez mediante amigos y familiares, conformando el 47% de los encuestados. En segundo lugar, están posicionadas las redes sociales con el 32% de la población demostrando que, hoy en día son una gran fuente de información que aporta a dar a conocer un destino, dejando en segundo plano a los medios de comunicación tradicionales como la radio y televisión. Estos datos demuestran que la experiencia del consumidor es la mejor publicidad para un destino y más aún cuando son personas pertenecientes al círculo familiar.

Figura 17

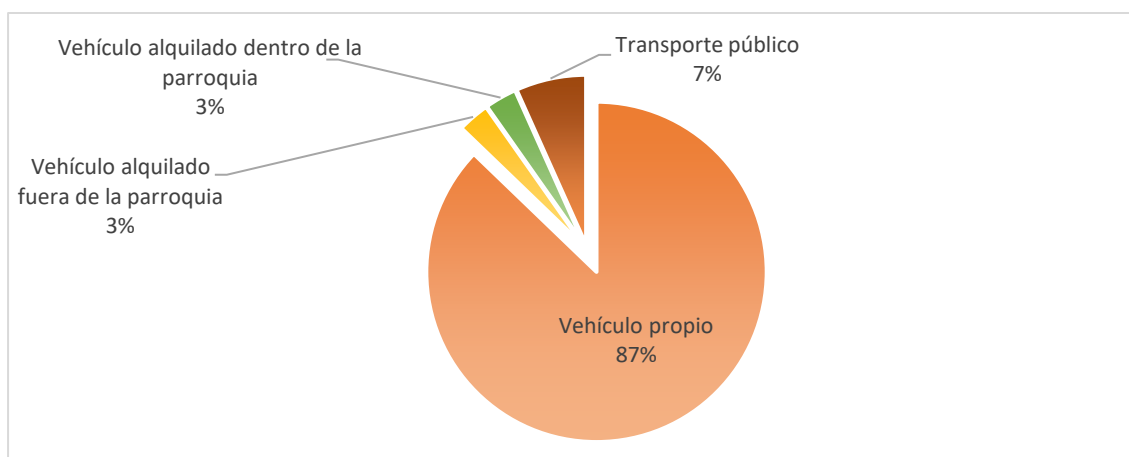
Medio de comunicación por el cuál la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca tuvo conocimiento del lugar que visitó



En lo que respecta a medios de transporte que la demanda potencial prefiere utilizar para visitar parroquias rurales, el 87% utiliza vehículo propio mientras que sólo el 7% utiliza transporte público, dejando un pequeño grupo que utiliza vehículos alquilados ya sea dentro o fuera de la parroquia con solo el 3% de participantes respectivamente.

Figura 18

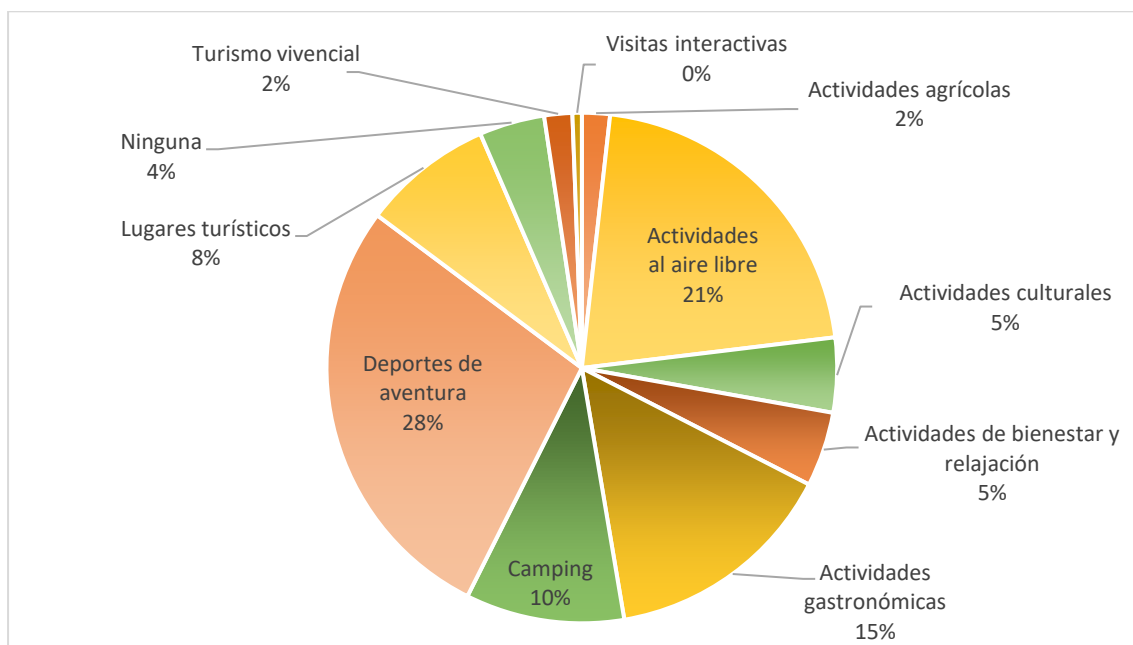
Medio de transporte que utiliza la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca



Las actividades preferidas para la mayoría de la demanda potencial con el 28%, son aquellas que están relacionadas con deportes de aventura, donde el canopy fue el más mencionado. El 21% prefiere las actividades al aire libre dentro de las cuales están los ciclos paseos, caminatas, cabalgatas y senderismo. El 15 % desea tener actividades gastronómicas como recorridos y festivales gastronómicos, degustaciones y una oferta variada de establecimientos de alimentación. Por otro lado, solo el 10 % de personas desearían actividades de campamento y el 8 % crear atracciones turísticas, como teleféricos, miradores, etc.

Figura 19

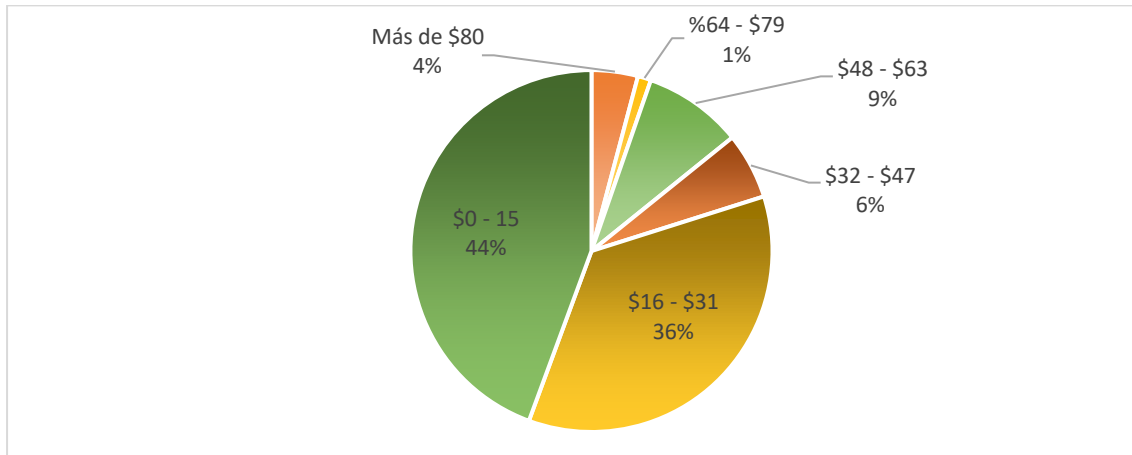
Actividades preferidas por la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca



En el tema de los valores monetarios que estarían dispuestos a pagar por las actividades que desean que la parroquia Santa Ana implemente, el rango más bajo que es de \$0 a \$15 es el más elegido por la población. Esto evidencia que, a pesar de tener ciertos servicios preferenciales, la demanda no está dispuesta a desembolsar grandes cantidades de dinero. Incluso el porcentaje de interés por el rango de precios disminuye según los valores aumentan.

Figura 20

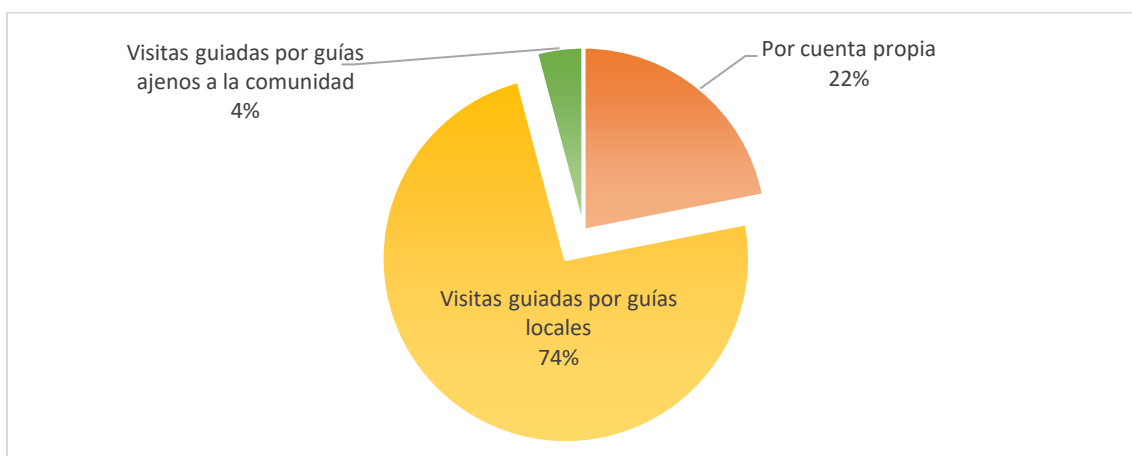
Valor que está dispuesta a pagar la demanda potencial de las zonas urbanas de Cuenca por sus actividades preferidas



Entre las preferencias para realizar turismo en una parroquia rural, el 74% de la demanda potencial muestra interés por visitarlas con guías locales, el 22% opta por hacer la visita por cuenta propia y solo el 4% prefiere tener guías ajenos a la comunidad. Lo que, demuestra la importancia de capacitar a la población local del destino para brindar un servicio de calidad empezando por desarrollar sus habilidades de atención al cliente.

Figura 21

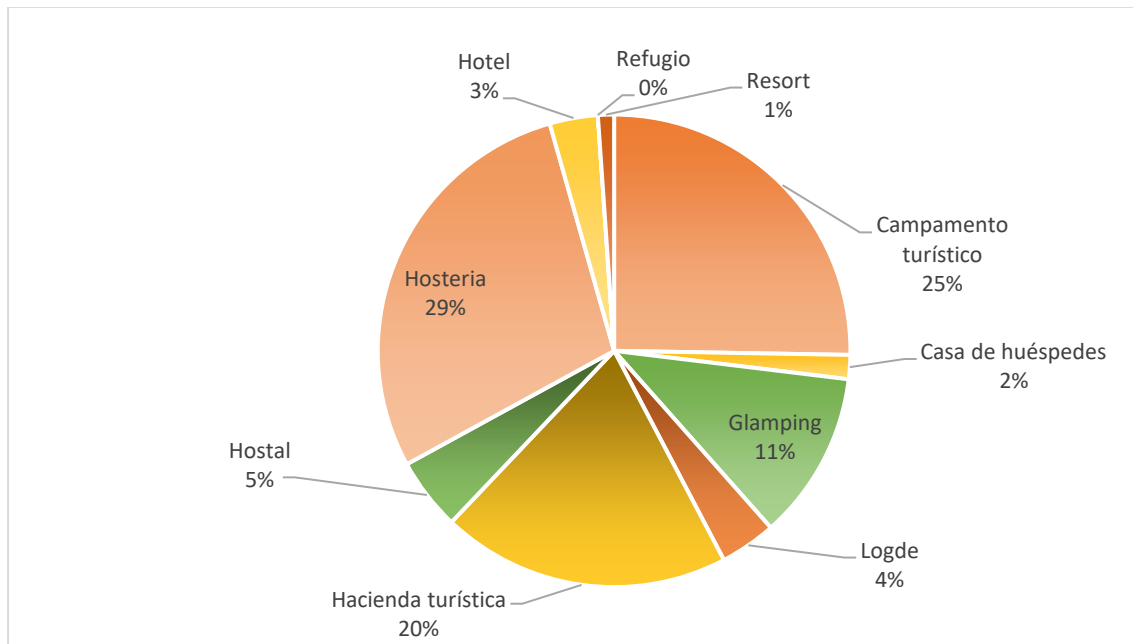
Preferencias en el estilo de visita de la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca



Finalmente, en cuanto a la preferencia de la población demandante potencial en temas de hospedaje, el 29% preferiría alojarse en hosterías, el 25% en campamentos turísticos, seguidos por el 20% de personas que elegirían pernoctar en haciendas turísticas.

Figura 22

Tipo de hospedaje en el que la población demandante potencial de las zonas urbanas de Cuenca desearía hospedarse al realizar turismo en Santa Ana



Turistas que visitan Cuenca. Para analizar la demanda potencial de turistas nacionales y extranjeros; fueron empleados los resultados de la encuesta. Estos indican que los visitantes de la ciudad presentan opiniones divididas acerca de realizar turismo en sus áreas rurales, ya que, el 55% de los turistas nacionales respondió de manera afirmativa mientras que, a penas el 22% de los extranjeros, respondieron de forma negativa. Como resultado global, menos de la mitad de los turistas que visitan Cuenca forman parte de la población demandante potencial, ya que alcanzan solo el 46% del total de la población de referencia, porcentaje que se localiza en un 40% en los turistas de procedencia nacional y apenas un 6% en extranjeros.

Tabla 8
Estimación de la población demandante potencial de los turistas que visitan Cuenca

Procedencia	Población de referencia	Encuestas aplicadas	% interesados por procedencia	Estimación de la demanda potencial	% demanda potencial con respecto a la población de referencia
Turista nacional	705.427	142	55%	386.226	40%
Turista extranjero	245.283	50	22%	54.468	6%
TOTAL	950.710	192		440.694	46%

Además del grado de interés para realizar turismo en las parroquias rurales de Cuenca, hay que considerar que muchos de estos turistas nunca las han visitado. De modo que, el estudio de esta población fue realizado de manera superficial enfocado en sus características sociodemográficas, así como en lo que les genera interés para llamar su atención hacia la parroquia Santa Ana. A partir de este punto, el 46% correspondiente a la población de referencia, se convierte en el 100% de población demandante potencial para su análisis; mismo que en su primer aspecto a ser considerado es el sexo. Donde, el género masculino es aquel que predomina en la demanda tanto nacional como extranjera.

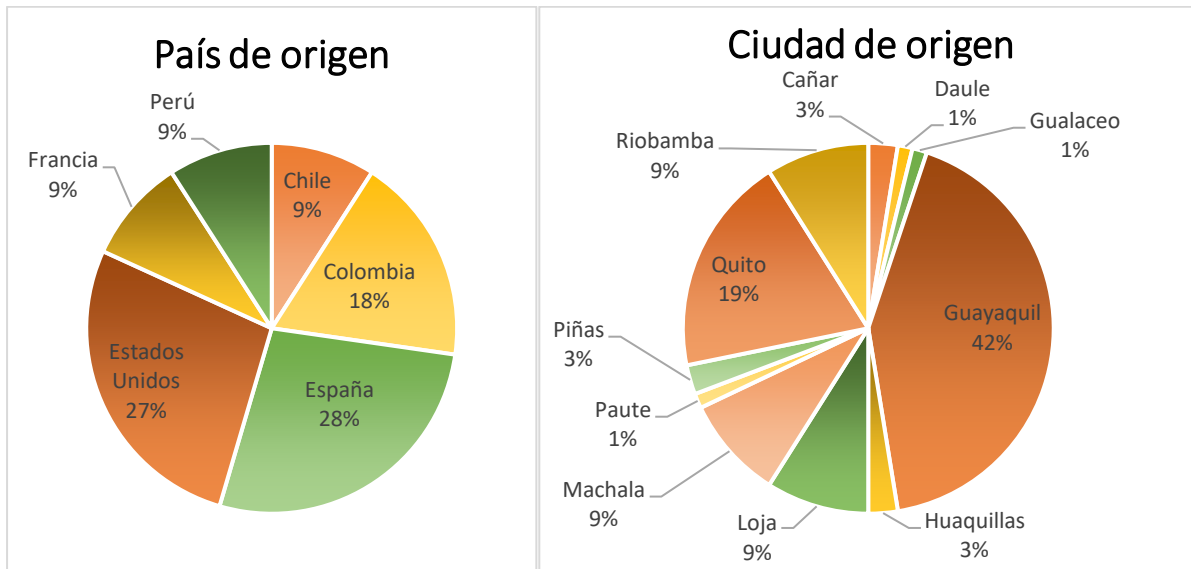
Tabla 9
Estimación de la población demandante potencial de los turistas que visitan Cuenca por sexo

Procedencia	Estimación de la demanda potencial	Estimación de la demanda potencial masculina	% demanda potencial masculina	Estimación de la demanda potencial femenina	% demanda potencial femenina
Turistas nacionales	386.226	207.968	47%	178.258	40%
Turistas extranjeros	54.468	29.710	7%	24.758	6%
TOTAL	440.694	237.678	54%	203.016	46%

Los turistas extranjeros mayormente son de Estados Unidos y España, seguido de Colombia; la minoría proviene de Chile, Francia y Perú. Por otra parte, el 42% de los turistas nacionales son de Guayaquil, seguido por un 19% de Quito y en menor medida de Daule, Gualaceo y Paute.

Figura 23

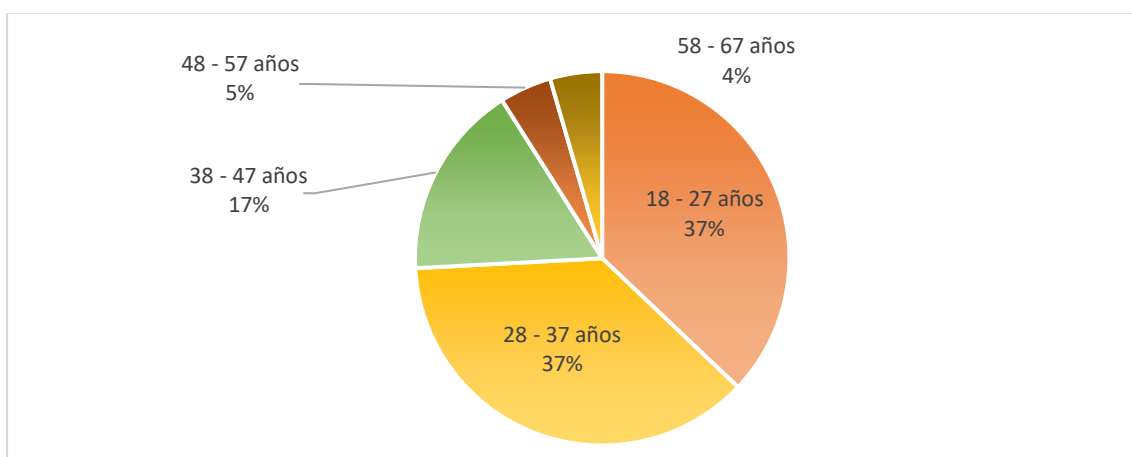
País y ciudad de origen de la demanda potencial de los turistas que visitan Cuenca



La población demandante potencial es joven, ya que el rango de edad entre 26 y 37 años representa la mayoría con el 37%, seguido por el 17% del grupo adultos con edades entre 38 y 47 años. El grupo de adultos mayores de 48 años interesados en realizar turismo en parroquias rurales de Cuenca es minoría, debido a que no sobrepasa el 5% del total.

Figura 24

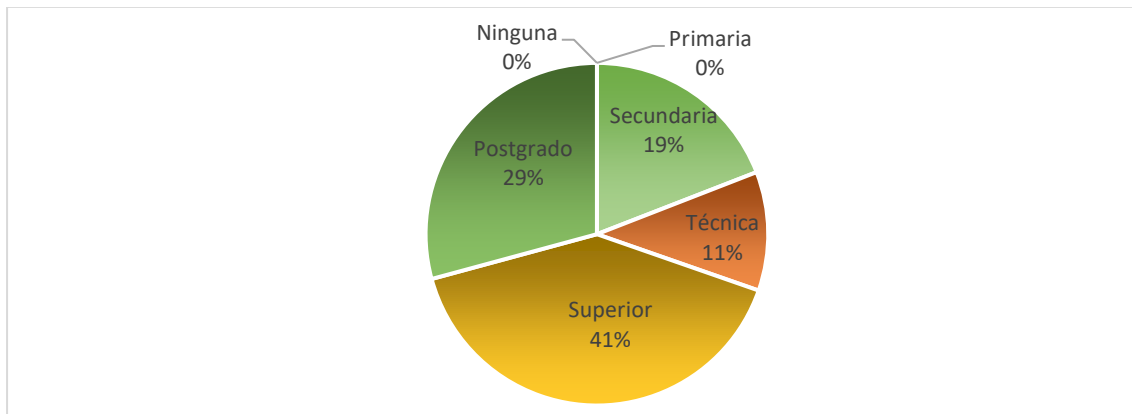
Rango de edad de la población demandante potencial de los turistas que visitan Cuenca



A pesar de ser una población joven, tiene un alto nivel de instrucción, puesto que el 70% tiene estudios de tercer nivel y posteriores. En primer lugar, el 41% tiene estudios superiores, en segundo lugar, el 29% posee postgrado y, además, no tienen personas con educación inferior a secundaria.

Figura 25

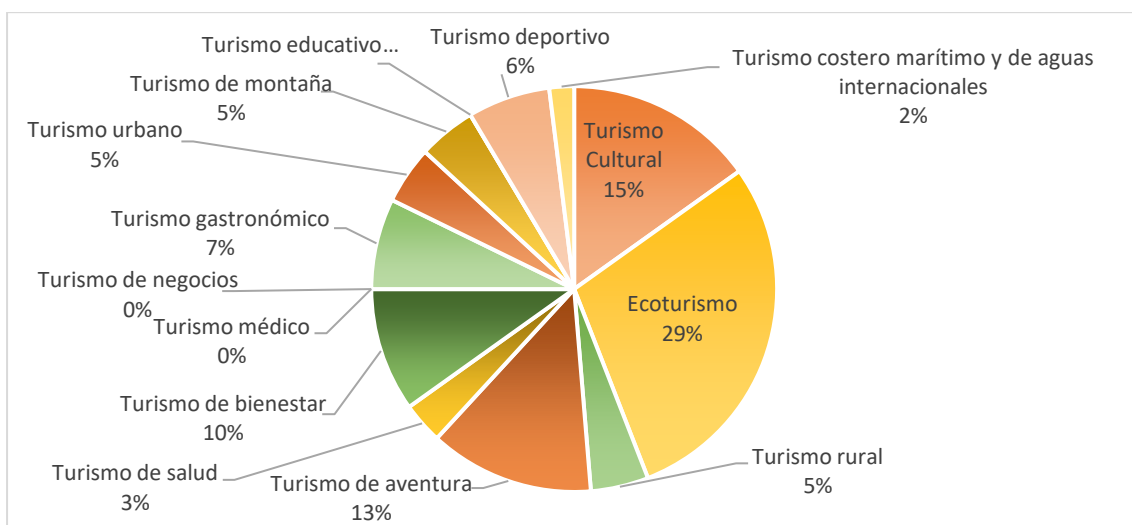
Nivel de instrucción de la demanda potencial de los turistas que visitan Cuenca



Los dos tipos de turismo más elegidos por la población demandante potencial son el ecoturismo, representando el 29% y el turismo cultural, que alcanzó el 15%. El turismo de aventura ocupa el tercer lugar con el 10% de preferencia.

Figura 26

Tipo de turismo que prefiere la población demandante potencial de los turistas que visitan Cuenca

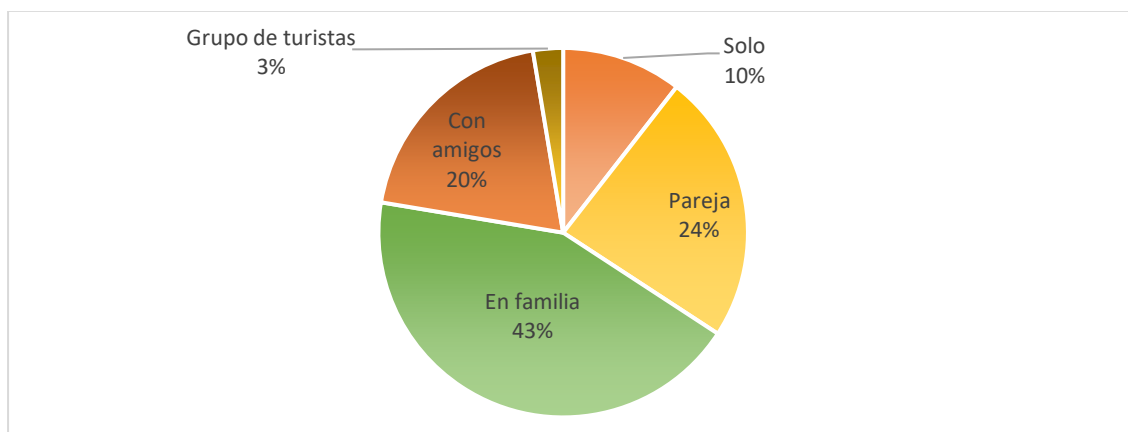


UCUENCA

Los tres tipos de compañía más elegidas para realizar turismo en parroquias rurales son en primer lugar, con el 43% la familia, segundo en pareja con el 24% y tercero con amigos en un 20%. Demostrando que, en términos de compañía, el producto turístico debe estar diseñado para ofrecer espacios de convivencia y afianzar lazos.

Figura 27

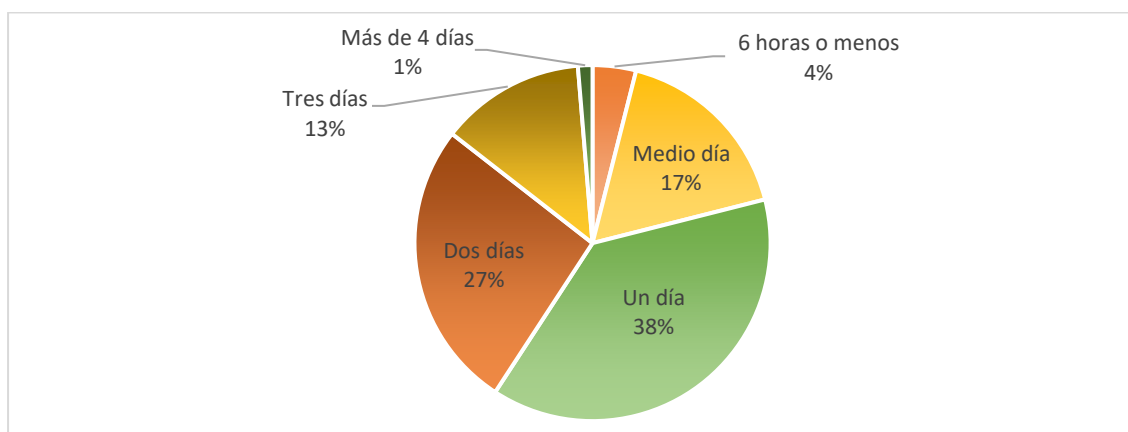
Tipo de compañía que la población demandante potencial de los turistas que visitan Cuenca prefiere



En cuanto a la duración de la estadía, el 38% de la población demandante potencial indica que es de un día y el 27% de dos días. La estancia por más de tres días y menos de medio día, son las menos elegidas, demostrando que los establecimientos de alojamiento son requeridos para este tipo de demanda.

Figura 28

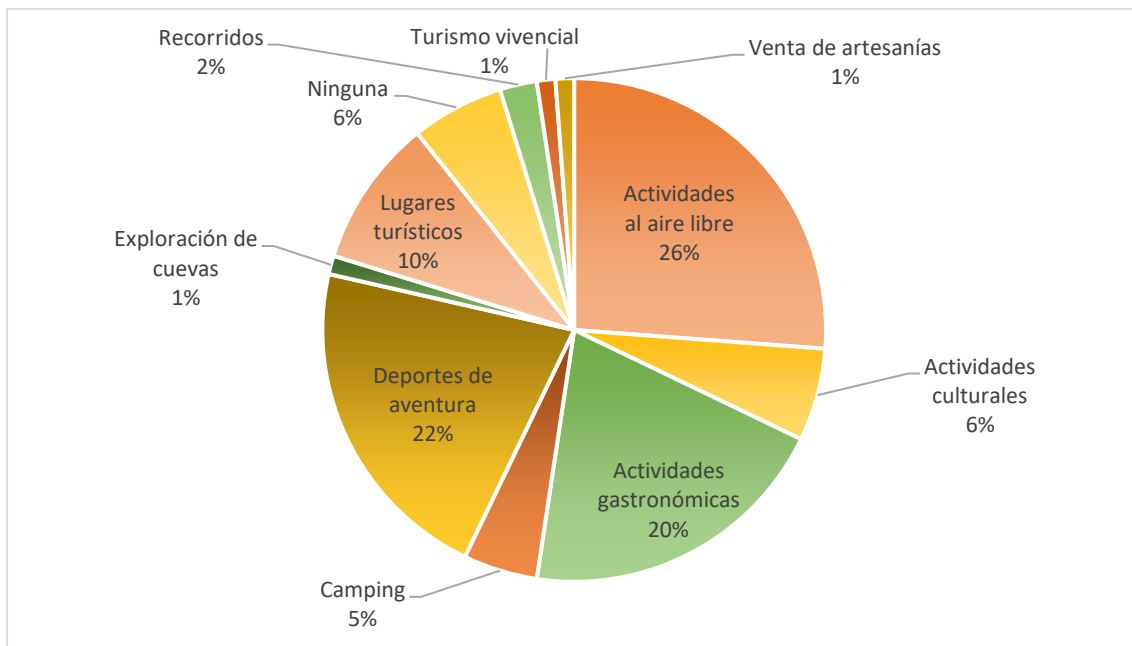
Duración promedio de la estadía de la población demandante potencial de los turistas que visitan Cuenca



Para considerar visitar la parroquia Santa Ana, el 25% de la población desea que existan actividades al aire libre, siendo las más apetecidas el senderismo, la caminata, la pesca deportiva y el avistamiento de aves. Los deportes de aventura tienen el 22% de preferencia por parte de la población, destacándose el canopy y el rafting. Con el 20% están las actividades gastronómicas, donde los recorridos y festivales gastronómicos tienen el papel protagónico.

Figura 29

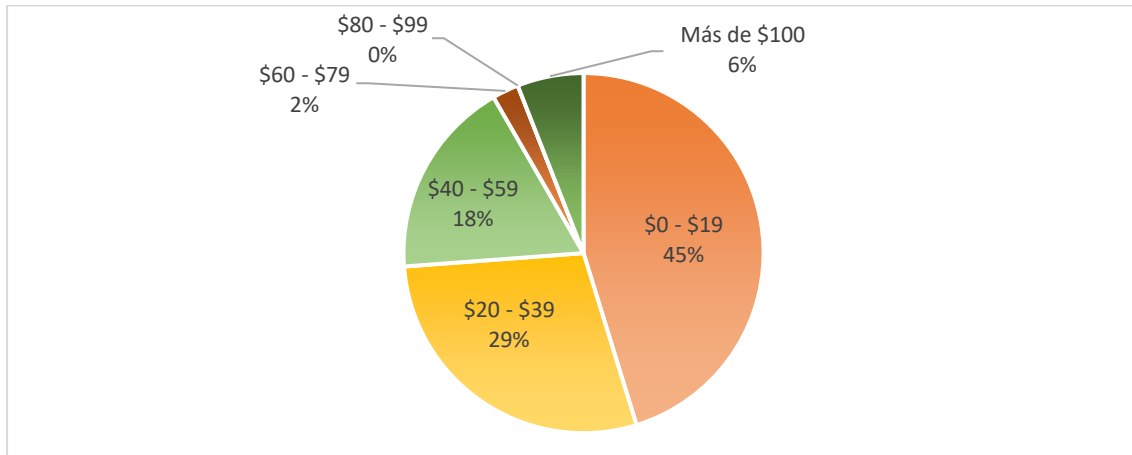
Actividades preferidas por la población demandante potencial de los turistas que visitan Cuenca



El valor que están dispuestos a pagar por realizar las actividades previamente señaladas es de \$0 a \$19 para el 45%. Porcentaje que disminuye de acuerdo con el aumento de rango del valor a pagar, evidenciando que la demanda encuentra más atractivas a las actividades con precios más accesibles.

Figura 30

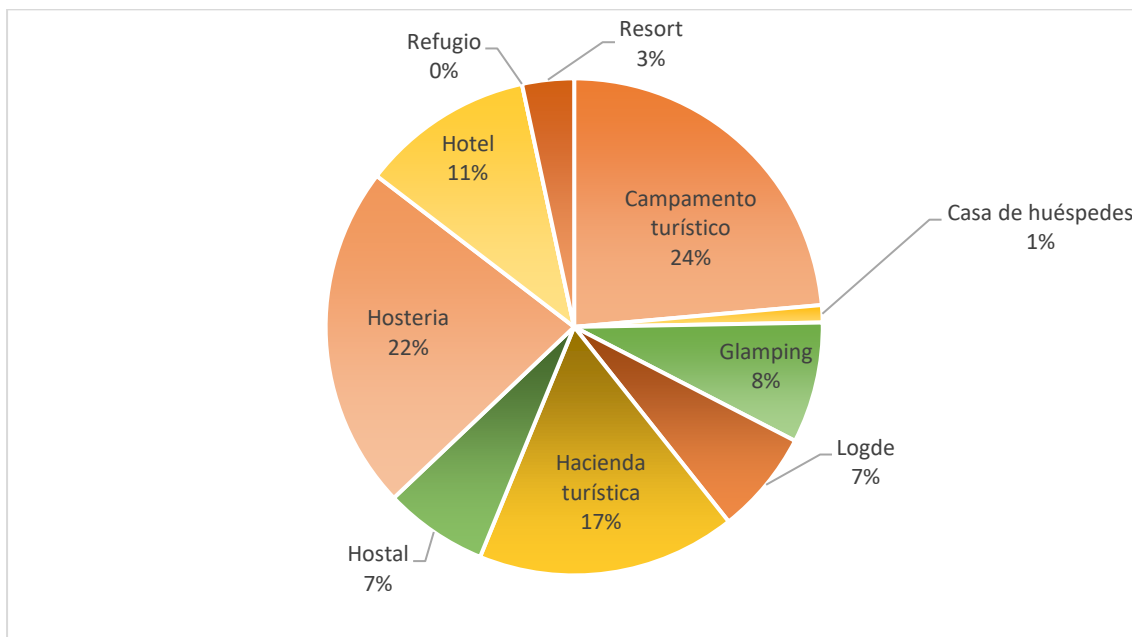
Valor que está dispuesta a pagar la demanda potencial de los turistas que visitan Cuenca por sus actividades preferidas



La población demandante potencial demuestra que es de gran importancia contar con la existencia de hospedaje para considerar visitar la parroquia Santa Ana. Los tipos de hospedaje más solicitados son campamento turístico con el 24%, hostería con el 22% y hacienda turística con el 17%.

Figura 31

Tipo de hospedaje que prefiere la población demandante potencial



UCUENCA

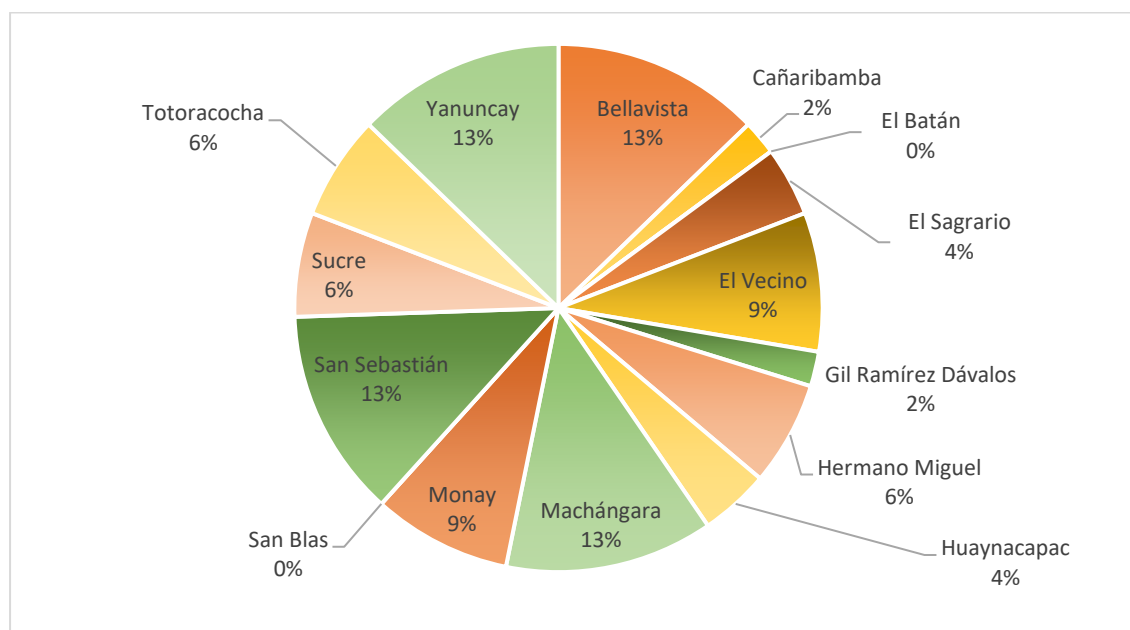
Población demandante efectiva

La población demandante efectiva es la que realmente solicita el producto que ofrece un proyecto. En el caso del presente estudio, dentro de las encuestas aplicadas a la muestra estaba formulada la pregunta “¿Usted ha visitado la parroquia Santa Ana con propósito de realizar turismo?”, con la finalidad de conocer a las personas que actualmente ya consideran a esta parroquia como un destino turístico.

Zona urbana de Cuenca. La población demandante efectiva representa el 24% de la PEA cuencana ubicada en sus 15 parroquias urbanas, lo que se estima equivale a 62.849 personas. Del 100% de la demanda efectiva, las parroquias con mayor concentración de interesados son: Bellavista, Machángara, San Sebastián y Yanuncay, todas con el 13% de demandantes.

Figura 32

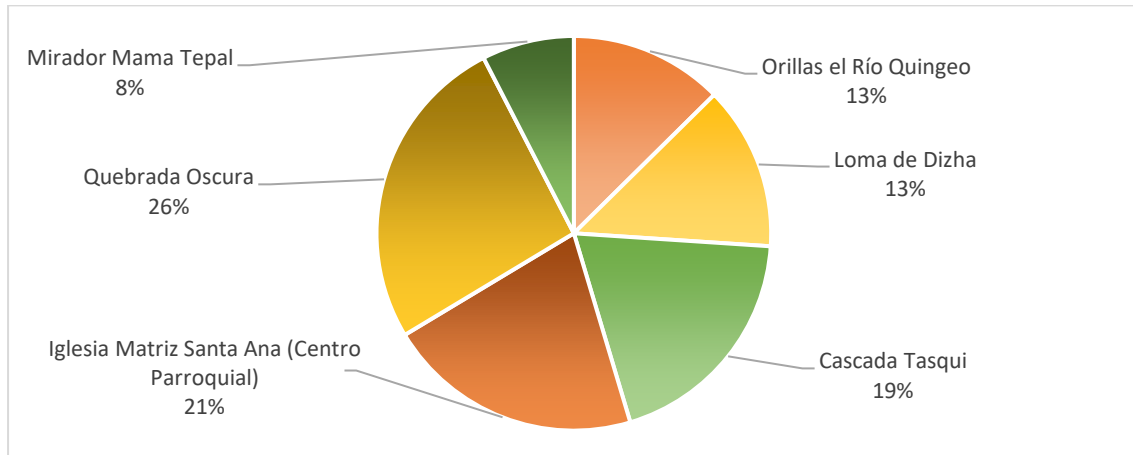
Distribución de la población demandante efectiva de la zona urbana de Cuenca



El atractivo más popular en la parroquia Santa Ana, es la Quebrada Oscura, espacio que el 26% de la demanda efectiva ya ha visitado, superando a la iglesia matriz ubicada en el centro parroquial misma que el 21% ya conoce. Un nuevo atractivo que está tomando fuerza es la cascada Tasqui, que, a pesar de tener menos tiempo de actividad turística, ha captado el 19% de visitas de la demanda.

Figura 33

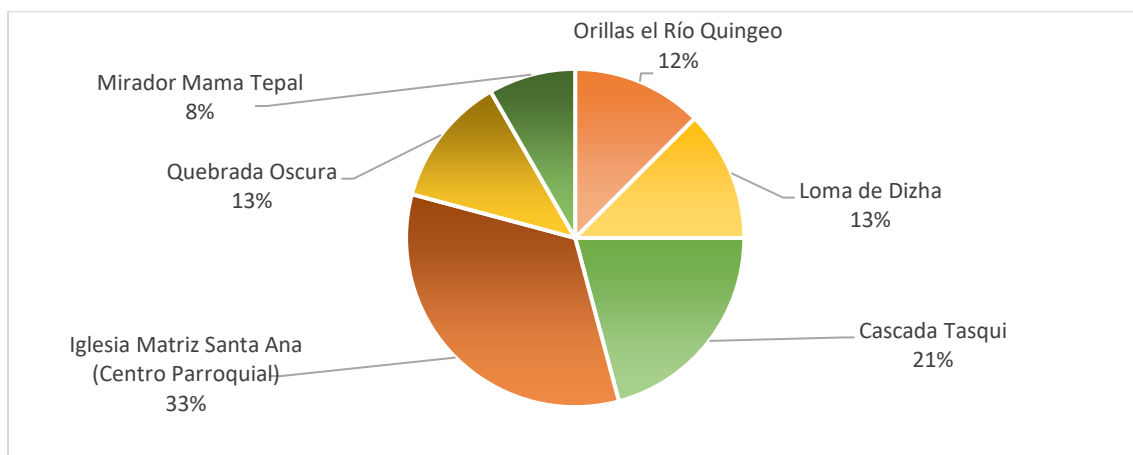
Atractivos turísticos de la parroquia Santa Ana más conocidos por la demanda efectiva de la zona urbana de Cuenca



Turistas que visitan Cuenca. La población demandante efectiva de los turistas que visitan Cuenca está constituida por el 4% de turistas nacionales y 1% extranjeros, lo que en total se estima son 44.565 personas. El atractivo de Santa Ana más conocido por los turistas que visitan Cuenca es la iglesia matriz, localizada en el centro parroquial, la cual abarca el 33% de la demanda efectiva. La cascada de Tasqui también es uno de los espacios más populares, puesto que el 21% de ellos ya la han visitado.

Figura 34

Atractivos turísticos de la parroquia Santa Ana más conocidos por la demanda efectiva de los turistas que visitan Cuenca



Proyección de la demanda efectiva

Debido a que la demanda de la parroquia Santa Ana está dividida en dos segmentos importantes, fue realizada la proyección de las dos poblaciones. Por un lado, fue considerada la tasa de crecimiento demográfico de la ciudad que en el periodo intercensal 2010-2020 fue del 2%. Como resultado, la proyección de la demanda efectiva de la zona urbana de Cuenca es presentados en la siguiente tabla.

Tabla 10

Demanda efectiva proyectada de la PEA urbana de la ciudad de Cuenca

Años	Proyección de la demanda efectiva
2024	63.885
2025	64.914

Por otro lado, está la demanda efectiva de turistas que visitan Cuenca misma que, a partir de la pandemia causada por la COVID-19, tuvo una caída abrupta. Sin embargo, a nivel nacional a partir del año 2022, el turismo ha tenido una recuperación del 45% en el periodo pre-COVID (MINTUR, 2022). Por lo que, para la elaboración de su proyección, en la Tabla 11 es tomada como referencia la tasa de crecimiento de visitantes no residentes que para el año 2020 fue del 9% (Serrano et al. 2018).

Tabla 11

Demanda efectiva proyectada de los turistas que visitan Cuenca

Años	Proyección de la demanda efectiva
2024	48.576
2025	52.948

Estimación del déficit o demanda insatisfecha (oferta-demanda)

La oferta actual de la parroquia Santa Ana presenta escases de servicios y de gestión en distintos niveles, así como la necesidad de fortalecimiento en sus atractivos turísticos. Como resultado, no existe un producto apto en la oferta turística para cubrir las necesidades de la demanda efectiva total. En consecuencia, al aplicar la fórmula de la demanda insatisfecha, fueron obtenidos los siguientes resultados:

$$\text{Demanda insatisfecha} = \text{oferta} - \text{demanda}$$

UCUENCA

1. Demanda insatisfecha de la zona urbana de Cuenca = 0 - 62.849

Demanda insatisfecha de la zona urbana de Cuenca = -62.849

2. Demanda insatisfecha de los turistas que visitan Cuenca = 0 - 44.565

Demanda insatisfecha de los turistas que visitan Cuenca = -44.565

1.1.5. Identificación y caracterización de la población objetivo

A pesar de que toda la parroquia Santa Ana podría ser aventajada del proyecto planteado, los principales beneficiarios son los habitantes de las comunidades de Auquilula, Centro Parroquial, El Salado, Dizha la Dolorosa, San Antonio de Trabana y Tepal. Podrían favorecerse tanto de las herramientas de planificación e información del proyecto como de la dinamización de la economía local. Como resultado, el proyecto procura beneficiar a los 2493 habitantes de las comunidades donde están localizados los atractivos con mayor potencial turístico de la parroquia.

Según los datos presentados en el PDOT de Santa Ana, el 89% de la población de estas comunidades son autoidentificados como mestiza y está constituida por el 46% de mujeres y 54% de hombres. La mayor parte de la población tiene ocupación laboral por cuenta propia, esto representa el 30% del total y la actividad económica que predomina es la agricultura, especialmente en cultivos de maíz.

Tabla 12

Ubicación geográfica de la población objetivo

No.	Comunidad	Población 2010	Proyección población 2020
1	Auquilula	201	253
2	Centro Parroquial	486	612
3	Dizha La Dolorosa	410	517
4	El Salado	104	131
5	San Antonio de Trabana	389	490
6	Tepal	389	490
Total		1.979	2.493

Nota. Adaptado de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2019 – 2023.

Otros grupos beneficiarios (indirectos) del proyecto son la población urbana de Cuenca y los turistas que la visitan, puesto que podrán obtener una alternativa de turismo cercana a la ciudad que cubra sus necesidades turísticas. Como resultado, la población demandante

UCUENCA

efectiva que será atendida gracias al proyecto, se estima que está conformada por 62.849 residentes de la zona urbana de Cuenca y 44.565 turistas nacionales y extranjeros.

La distribución de la demanda efectiva de la población local está ubicada en 13 de las 15 parroquias urbanas de Cuenca, donde el 53% son del sexo femenino y 47% del masculino. La siguiente tabla muestra la estimación de su compartimiento por parroquia.

Tabla 13

Distribución del sexo de la población demandante efectiva de la zona urbana de Cuenca por parroquia

Parroquia	Estimación de la demanda efectiva	Masculino	Femenino
Bellavista	8.023	4.012	4.012
Cañaribamba	1.337	0	1.337
El Batán	0	0	0
El Sagrario	2.674	1.337	1.337
El Vecino	5.349	2.674	2.674
Gil Ramírez Dávalos	1.337	1.337	0
Hermano Miguel	4.012	1.337	2.674
Huayna Cápac	2.674	1.337	1.337
Machángara	8.023	5.349	2.674
Monay	5.349	0	5.349
San Blas	0	0	0
San Sebastián	8.023	5.349	2.674
Sucre	4.012	0	4.012
Totoracocha	4.012	2.674	1.337
Yanuncay	8.023	4.012	4.012
TOTAL	62.849	29.419	33.430

La población que consta de turistas nacionales y extranjeros está conformada por el 89% de personas del sexo masculino y 11% del sexo femenino. La siguiente tabla muestra la estimación de esta población.

Tabla 14

Distribución de la población demandante efectiva de los turistas que visitan Cuenca

Procedencia	Estimación de la demanda efectiva	Masculino	Femenino
Turistas nacionales	39.613	34.661	4.952
Turistas extranjeros	4.952	4.952	0
TOTAL	44.565	39.613	4.952

1.1.6 Ubicación geográfica e impacto territorial

El proyecto planteado estará ubicado en la parroquia Santa Ana, concretamente en seis comunidades y dos zonas de planificación. La población beneficiada, según la proyección del censo de población y vivienda, será de 6761 personas, en especial los 2493 habitantes de las comunidades donde están localizados los principales atractivos turísticos seleccionados.

Tabla 15

Ubicación geográfica del proyecto

No.	Comunidad	Atractivo turístico	Zona	Proyección población 2020
1	Auquilula	Orillas del Río Quingeo	1	253
2	Centro Parroquial	Iglesia Matriz Santa Ana	1	612
3	Dizha La Dolorosa	Loma de Dizha	3	517
4	El Salado	Quebrada Oscura	1	131
5	San Antonio de Trabana	Cascada Tasqui	3	490
6	Tepal	Mirador Mama Tepal	1	490
			Total	2.493

El impacto que busca provocar este proyecto es generar productos turísticos dentro de la parroquia, así como promover los ya existentes para de esta manera potenciar turísticamente al destino Santa Ana, sin dejar a un lado la conservación de los recursos naturales y paisajísticos con los que cuenta. De modo que, la escasa oferta turística será diversificada y mejorada para convertir a la parroquia en un destino que sea sostenible en el tiempo sin destruir sus espacios naturales. Como resultado, la expectativa del impacto del proyecto es la competitividad mediante la creación y mejora de la oferta turística y la conservación de recursos, permitiendo a los beneficiarios participar en su gestión.

1.2. Articulación con la planificación

Tabla 16

Articulación con la planificación

Objetivo de Desarrollo Sostenible	Objetivo del Plan Nacional de Desarrollo “Creación de Oportunidades”	Objetivo del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Cuenca	Objetivo del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del GAD parroquial Santa Ana	Objetivo del proyecto	Meta del proyecto	Línea base	Meta 2025
Trabajo decente y crecimiento económico.	Impulsar un sistema económico con reglas claras que fomenten el comercio exterior, turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero actual.	Fortalecer el desarrollo económico cantonal articulando las formas de organización económica pública, privada, mixta y popular y solidaria.	Impulsar la soberanía alimentaria a través del fortalecimiento a los actores de la economía popular y solidaria y a los emprendedores del territorio, con enfoque de género e intergeneracional, potenciando las fuentes de empleo existentes y generando nuevos espacios para el desarrollo económico sostenible.	Generar oportunidades económicas para la población de la parroquia Santa Ana aprovechando sus potencialidades turísticas.	Al 2025, se generará 55 plazas de trabajo directo en el sector turístico y se incrementará las aptitudes de los emprendedores del sector turístico de Santa Ana.	0 plazas de trabajo formal y 0 capacitados en el ámbito turístico a nivel parroquial.	55 plazas de trabajo directo generadas en el sector turístico.

1.3. Matriz marco lógico

1.3.1. Objetivo general y objetivos específicos

1.3.1.1. Objetivo General

Crear un destino turístico en la parroquia Santa Ana para involucrar a la población en la gestión de servicios turísticos, generar fuentes de trabajo y mejorar la planificación turística.

1.3.1.2. Objetivos Específicos

1. Fortalecer la inclusión social para mejorar la distribución equitativa de los beneficios obtenidos gracias a la actividad turística.
2. Crear un ente encargado de regular, planificar, gestionar, promocionar la actividad turística de la parroquia y capacitar a los prestadores de servicios turísticos.
3. Mejorar la infraestructura, equipamientos turísticos y las vías de acceso para crear productos turísticos de calidad mediante la inversión pública y privada.

1.3.2. Indicadores de resultado

Tabla 17

Indicadores de resultado

Propósito	Indicadores	Línea base 2024	Meta 2025
Crear un destino turístico en la parroquia Santa Ana para involucrar a la población en la gestión de servicios turísticos, generar fuentes de trabajo y mejorar la planificación turística.	Al 2025, se tendrá un destino turístico estructurado con 6 comunidades en la parroquia Santa Ana para la generación de oportunidades económicas para la población.	0 destinos turísticos en la parroquia Santa Ana.	1 destino turístico estructurado para la generación de oportunidades económicas para la población de Santa Ana.

1.3.3. Marco lógico

Tabla 18

Matriz de Marco Lógico (fin, propósito y componentes)

Resumen Narrativo de Objetivos	Indicadores Verificables Objetivamente	Medios de Verificación	Supuestos
FIN: Generar oportunidades económicas para la población de la parroquia Santa Ana aprovechando sus potencialidades turísticas.	AI 2025, se generará 55 plazas de trabajo directo en el sector turístico.	Catastro turístico. Catastro de establecimientos turísticos. Evaluaciones SERVQUAL. Informes de proyectos turísticos implementados.	Interés de la población en involucrarse en la actividad turística. Participación de las comunidades. Asignación oportuna de recursos para la ejecución del proyecto.
PROPÓSITO: Crear un destino turístico en la parroquia Santa Ana para involucrar a la población en la gestión de servicios turísticos, generar fuentes de trabajo y mejorar la planificación turística.	AI 2025, se tendrá un destino turístico estructurado con 6 comunidades en la parroquia Santa Ana para la generación de oportunidades económicas para la población.	Conformación del producto. Registro de visitantes.	Los pobladores de las comunidades se asocian entre sí para mejorar y gestionar el manejo del producto turístico. La socialización, coordinación con los actores se realizan de acuerdo con los cronogramas y hojas de ruta.
Componentes	Indicadores Verificables Objetivamente	Medios de Verificación	Supuestos
Componente 1: ASOCIATIVIDAD para mejorar la distribución de los recursos.	AI 2025, se tendrán 8 programas de fortalecimiento organizativo comunitario enfocado al turismo con la participación del 50% de la población de la parroquia. Programación anual 2024: 4 programas de fortalecimiento organizativo	Metodologías y manuales desarrollados y aprobados. Acuerdos. Registro de talleres desarrollados. Registro de participantes.	Los pobladores deciden participar activamente en la actividad turística y mejorar su relación.

	<p>comunitario enfocado al turismo. 2025: 4 programas de fortalecimiento organizativo comunitario enfocado al turismo.</p>		
	<p>AI 2025, se tendrá una oficina de turismo dedicada al correcto desarrollo de este y capacitación a los prestadores de servicios. Programación anual 2024: 1 oficina de turismo</p>	<p>Constitución de la oficina de turismo en la parroquia. Informes anuales de gestión.</p>	<p>El GAD parroquial designa un presupuesto para construir un ente especializado en el manejo del turismo.</p>
<p>Componente 2: GESTION para regular, planificar, gestionar, promocionar la actividad turística de la parroquia y capacitar a los prestadores de servicios turísticos.</p>	<p>AI 2025, se tendrá capacitados al 75% de los prestadores de servicio turístico en las áreas de atención al cliente, manejo de grupo, liderazgo y autogestión. Programación anual 2024: 40% de los prestadores de servicio turístico están capacitados en las áreas de atención al cliente, manejo de grupo y liderazgo. 2025: 35% de los prestadores de servicio turístico están capacitados en las áreas de atención al cliente, manejo de grupo y liderazgo.</p>	<p>Descripción de los cursos de capacitación ofertados para los prestadores de servicios. Registro de asistencia a las capacitaciones. Evaluaciones SERVQUAL</p>	<p>Los prestadores de servicios turísticos adquieren los conocimientos básicos en las áreas de capacitación.</p>
	<p>AI 2025, el destino Santa Ana tendrá 2 campañas publicitarias de turismo. Programación anual 2024: 1 campaña publicitaria de turismo a nivel provincial. 2025: 1 campaña publicitaria de turismo a nivel nacional.</p>	<p>Pruebas de reconocimiento publicitario. Datos estadísticos de redes sociales. Impresiones publicitarias online.</p>	<p>Los actores están de acuerdo en ser parte de la imagen de la campaña, así como los servicios que ofrecen. Los actores están de acuerdo con la posibilidad de que la</p>

			campaña atraiga a todo tipo de personas.
Componente 3: INFRAESTRUCTURA para facilitar la creación de productos turísticos de calidad.	Al 2025 , se tendrá 6 productos turísticos con servicios, infraestructura turística y equipamientos adecuados.	Ficha de atractivos.	Los gestores de las comunidades implicadas garantizan estándares de calidad en la prestación de servicios turísticos.
	Programación anual 2024: 3 productos turísticos implementados con servicios, infraestructura y equipamientos adecuados.	Registro de visitantes.	Se realizan recorridos en los productos establecidos.
	2024: 3 productos turísticos implementados con servicios, infraestructura y equipamientos adecuados.	Informe de cobros a los visitantes.	Existe acercamiento entre los pobladores de Santa Ana y los turistas.
	2024: 3 productos turísticos implementados con servicios, infraestructura y equipamientos adecuados.	Fichas de señalización y señalética turística inventariada.	

Tabla 19

Matriz de marco lógico (actividades)

Actividades	Presupuesto	Medios de Verificación	Supuestos
Componente 1: ASOCIATIVIDAD para mejorar la distribución de los recursos.			
C1A1: Ejecutar programas de fortalecimiento organizativo comunitario enfocado al turismo	\$ 1.000,00	Informes de metodologías y resultados de programas de fortalecimiento.	Atraer la inversión de la empresa pública y privada, interesada en potenciar el turismo local. Asistencia de personas interesadas en participar en la actividad turística de la parroquia.
C1A2: Evaluar los programas de fortalecimiento organizativo comunitario	\$ 1.000,00	Informes de los resultados obtenidos en las evaluaciones destacando a los beneficiarios mejor puntuados.	Disponibilidad inmediata de los recursos necesarios para iniciar el proyecto. Disposición de los participantes para capacitarse e involucrarse en todos los programas del

proyecto, así como en la inclusión social.

La actividad turística toma mayor prioridad de entre los intereses de la parroquia Santa Ana.

El turismo se considera un área prioritaria para el GAD de Santa Ana.

Componente 2: GESTION para regular, planificar, gestionar, promocionar la actividad turística de la parroquia y capacitar a los prestadores de servicios turísticos.

<p>C2A1: Definir e implementar herramientas para la autogestión de los espacios turísticos en las comunidades.</p>	<p>\$ 4.000,00</p>	<p>Informes de herramientas y metodologías implementadas.</p>	<p>Atraer la inversión de la empresa pública y privada, interesada en potenciar el turismo local. Interés de los pobladores por autogestionar los espacios turísticos en sus comunidades.</p>
<p>C2A2: Desarrollar capacitaciones para formar el talento humano del sector turístico de la parroquia.</p>	<p>\$ 1.000,00</p>	<p>Informes trimestrales de gestión. Registro de asistentes a capacitaciones</p>	<p>Distribución oportuna de los recursos necesarios para iniciar el proyecto. El turismo se considera un área prioritaria para el GAD de Santa Ana.</p>
<p>C2A3: Generar publicidad turística en medios de comunicación y redes sociales.</p>	<p>\$37.389,08</p>	<p>Facturas Registro de visualizaciones Encuestas</p>	<p>Los prestadores de servicios turísticos en la parroquia apoyan las actividades propuestas. Gran interés de parte de organismos especializados en turismo por impulsar el destino Santa Ana.</p>

Componente 3.- INFRAESTRUCTURA para facilitar la creación de productos turísticos de calidad.

<p>C3A1: Mejorar la conexión y accesibilidad a los atractivos turísticos.</p>	<p>\$ 116.573,94</p>	<p>Informes de avance Facturas Fotos</p>	<p>Atraer la inversión de la empresa pública y privada, interesada en potenciar el turismo local. Asignación oportuna de los recursos para el proyecto.</p>
<p>C3A2: Intervenir en las condiciones físicas de los</p>	<p>\$ 76.329,68</p>	<p>Inventarios Informes de avance</p>	<p>Compromiso de los pobladores para mantenimiento de la infraestructura y equipamientos.</p>

atractivos turísticos para que puedan ser integrados en los productos turísticos.	Facturas	Acuerdo con las comunidades para apoyo en mano de obra y administración de los recursos.
	Fotos	
	Inventarios	
Total	\$237.292,70	

1.3.3.1. Anualización de las metas del indicador del propósito

Tabla 20

Anualización de las metas del indicador del propósito

Objetivo general	Indicador de propósito	Unidad de medida	Meta propósito	Ponderación (%)	Año 1	Año 2	Total
Crear un destino turístico en la parroquia Santa Ana para involucrar a la población en la gestión de servicios turísticos, generar fuentes de trabajo y mejorar la planificación turística.	Al 2025, se tendrá un destino turístico estructurado con 6 comunidades en la parroquia Santa Ana para la generación de oportunidades económicas para la población.	Comunidades con productos turísticos estructurados en el destino Santa Ana	6	100%	3	3	6
		Meta anual ponderada			50%	50%	100%

CAPÍTULO 2. VIABILIDAD TÉCNICA

Estructurar a la parroquia Santa Ana como un destino turístico es esencial para integrar a las comunidades y dinamizar la economía local, preservando y difundiendo la riqueza natural y cultural de la parroquia. De modo que, el turismo es una fuente de ingresos económicos para los pobladores y una herramienta para mejorar su calidad de vida. Además, empodera a los habitantes a gestionar e involucrarse en el manejo de sus recursos para generar un beneficio común.

Además, el GAD de Santa Ana como encargado del desarrollo del sector y fomento de la productividad, debe dirigir esfuerzos para actividades económicas no tradicionales. Por lo que el turismo en el sector es una alternativa viable que requiere de la asignación de recursos y profesionales especializados en el tema. En consecuencia, el presente proyecto apoya al personal técnico para llevar a cabo la potenciación de la parroquia.

La propuesta para convertir a Santa Ana en un destino turístico está alineada con la planificación que lleva a cabo el Ministerio de Turismo y está ajustada a la metodología de presentación de programas y proyectos de inversión pública de la Secretaría Nacional de Planificación. Para conocer la ingeniería del proyecto se detallan todas las actividades relacionadas a fomentar el turismo y crear oportunidades económicas para la parroquia.

2.1. Descripción de la ingeniería del proyecto

Para generar oportunidades económicas al aprovechar los recursos turísticos de Santa Ana, la ingeniería de este proyecto comprende el desarrollo de diversas actividades articuladas en 3 componentes principales. A continuación, es presentada una descripción detallada de los componentes y actividades consideradas para la ejecución del proyecto.

Componente 1.- ASOCIATIVIDAD para mejorar la distribución de los recursos.

El fortalecimiento de la inclusión social para mejorar la distribución equitativa gracias a la actividad turística, mediante programas de fortalecimiento organizativo comunitario es el componente inicial. Pretende integrar a los pobladores y que puedan manejar los recursos para obtener beneficios redistribuidos entre los actores de manera equitativa. Para lograr este componente son propuestas las siguientes actividades dirigidas a los pobladores de las comunidades participantes y que a futuro deseen integrarse, puesto que la unión de los habitantes permite el desarrollo normal del proyecto.

C1A1.- Ejecutar programas de fortalecimiento organizativo comunitario enfocado al turismo. La primera actividad del componente uno del proyecto es ejecutar programas de fortalecimiento organizativo comunitario enfocado en el área turística. Para lograr este cometido, el gestor deberá cumplir con las siguientes fases de planeación:

1. Sensibilización y acuerdos para iniciar el proceso de fortalecimiento estableciendo reglas y obtener los resultados esperados.
2. Reclutamiento y definición de los roles de cada uno de los involucrados, donde los participantes para adquirir los conocimientos en los talleres son los miembros de las comunidades ubicadas en las dos zonas de planificación involucradas en el proyecto.
3. Ejecución de talleres trimestrales durante dos años, aplicando una metodología andragógica, puesto que esta metodología educativa no está enfocada únicamente en la adquisición de conocimientos, además, desarrolla un proceso socializador, donde los participantes, se ayudan y apoyan en el cumplimiento de las tareas y objetivos planteados, creando un ambiente colaborativo en las comunidades (Gómez, et al., 2013). Para los talleres están considerados los siguientes puntos:
 - a. Participación comunitaria activa en la gestión de los presupuestos municipales.
 - b. Consolidación de equipos de trabajo fortaleciendo las actitudes democráticas basados en la primicia de que colaborar con instituciones y otras personas refleja mejores resultados y permite que todos participen en espacios comunes.
 - c. Clarificación de las reglas para tomar decisiones en las organizaciones comunitarias.
 - d. Mejora de los servicios dentro de las organizaciones comunitarias involucradas en el turismo para aumentar la incidencia de la participación en la gestión de su desarrollo y favorecer a la dinamización de la economía y la distribución de los recursos

El objetivo principal de estos puntos es desarrollar en cada participante sus habilidades y competencias para mejorar su calidad de vida. Por lo que, periódicamente serán revisados los contenidos de los talleres para ajustarse a las sugerencias y necesidades de los pobladores. La capacitación será realizada mediante la contratación de la academia, mediante la Ley del Sistema

Nacional de Contratación Pública; priorizando las universidades especializadas en Ciencias de la Hospitalidad y Ciencias Sociales.

C1A2.- Evaluar los programas de fortalecimiento organizativo comunitario. La siguiente actividad del componente uno es evaluar a los participantes acerca de los contenidos impartidos en los talleres. Dado que, son ocho talleres trimestralmente con metodología andragógica, las evaluaciones de este proceso serán propuestas de los participantes, lo que les permitirá mantener el interés en los temas mientras aplican lo aprendido. Por lo tanto, cada trimestre existirá un proceso de acompañamiento, seguimiento y evaluación de la aplicación de los temas tratados dentro de las capacitaciones. Las fases para lograr esto son:

1. Los participantes deberán presentar iniciativas para sus organizaciones comunitarias.
2. Los equipos de trabajo serán calificados de acuerdo con el logro de resultados esperados de sus iniciativas al aplicar los conocimientos adquiridos en las capacitaciones.
3. Los participantes realizarán un autodiagnóstico y comparación del aumento de sus capacidades de actuar con otros y aprendes entre pares.
4. Los participantes recibirán una retroalimentación de sus iniciativas.

Componente 2: GESTION para regular, planificar, gestionar, promocionar la actividad turística de la parroquia y capacitar a los prestadores de servicios turísticos.

Como segundo componente está contemplado crear un ente encargado de regular, planificar, gestionar, promocionar la actividad turística de la parroquia y capacitar a los prestadores de servicios turísticos. Como resultado, el GAD de Santa Ana, encargado del desarrollo de la parroquia, designará un espacio donde cuente con la infraestructura y el material necesario para desempeñar sus funciones, mismas que precisarán de personal especializado en el ámbito turístico. Este personal técnico estará encargado de apoyar el desarrollo del proyecto, así como solucionar los percances que puedan suscitarse durante su ejecución. Para que este ente regulador cumpla con sus funciones de forma adecuada, deberá establecer tres actividades iniciales que servirán como base para su desarrollo.

C2A1.- Definir e implementar herramientas para la autogestión de los espacios turísticos en las comunidades. La primera actividad del segundo componente es la definición de herramientas que permitan a los habitantes de las comunidades autogestionar sus espacios turísticos e implementarlas después de ser establecidas. El recurso para lograr esta actividad

UCUENCA

es publicar las potencialidades, generar material de difusión sobre la tramitología que deben seguir aquellos que deseen poner en marcha sus emprendimientos turísticos. Así mismo, es necesario un manual de atención al cliente y resolución de conflictos que permita desarrollar las aptitudes de los habitantes.

Conjuntamente, con el desarrollo de las competencias de la población está la conservación de los recursos naturales y culturales, por lo que de la mano de las potencialidades turísticas del territorio se requiere un guía de conservación ambiental. Como resultado serán los habitantes los encargados de velar la sostenibilidad de los espacios y la protección de sus elementos naturales. Todo el material que se difunda deberá ser claro, conciso y de fácil comprensión, motivando a la población a estar involucrada en la actividad turística, así como, emprender nuevas iniciativas de negocio que complementen el producto generado. Además, tendrá que estar al alcance de todos los pobladores, por lo que, aparte de ser esparcido material impreso, estarán todos publicados en la página del GAD parroquial de Santa Ana.

C2A2.- Desarrollar capacitaciones para formar el talento humano del sector turístico de la parroquia. La actividad dos del componente dos está estrechamente ligada con la anterior actividad, puesto que la población requiere capacitaciones que les ayude a aprovechar el material difundido. La metodología para desarrollar el aprendizaje adecuado por parte de la población es la educación andragógica, debido a que, este es efectivo para personas adultas. Según Caraballo (2007), el aprendizaje andragógico es el conjunto de técnicas y estrategias enfocadas en el aprendizaje significativo de los adultos, mediante la utilización de prácticas educativas que propicien la participación.

Por otra parte, para los participantes que, además de querer participar activamente en la gestión de recursos quieran emprender negocios relacionados a la actividad turística también podrán aprovechar las capacitaciones. El aprendizaje estará enfocado en temas como el proceso para incursionar en la actividad turística, materialización de proyectos y emprendimientos, permitiendo aumentar las oportunidades económicas y las capacidades de manejo de negocios turísticos. Como resultado, el talento humano de la parroquia será formado con enfoque en el sector turístico abordando los siguientes contenidos y aptitudes:

1. Hospitalidad
2. Seguridad alimentaria
3. Administración de servicios de alojamiento y alimentación
4. Recepción

UCUENCA

5. Camarería
6. Cocina
7. Operación turística
8. Agente de ventas
9. Excelencia en el servicio
10. Buenas prácticas turísticas
11. Manejo de grupo
12. Liderazgo
13. Atención al cliente
14. Eventos
15. Capacitación para manejar autónomamente los emprendimientos

Cabe señalar que estos contenidos estarán en constante revisión para mantener actualizados a los participantes en temas de gestión y emprendimiento turístico para así poder lograr los objetivos propuestos en estas capacitaciones garantizando mejorar la calidad de los servicios turísticos prestados dentro de la parroquia. Para comprobar que esto se cumpla es necesaria la aplicación de encuestas SERVQUAL a los turistas, mismas que miden la relación entre el servicio y la calidad.

C2A3.- Generar publicidad turística en medios de comunicación y redes sociales. La última actividad de este componente es crear publicidad dirigida a los principales canales de información que el estudio de mercado demostró que más utiliza la población demandante para conocer las parroquias rurales. Cabe señalar que la población demandante se encuentra muy influenciada por el internet debido a que comprenden edades de entre 28 a 37 años. Como resultado en el estudio de mercado, las redes sociales y medios digitales fueron los principales canales de difusión de los destinos, por lo que se intensificará la actividad en las páginas del GAD Parroquial de Santa Ana en Facebook, Instagram y TikTok, así como en su página web oficial. Así mismo, para una mayor difusión y mejor acogida, serán contratados dos influencers que promuevan la visita a la parroquia con todos sus seguidores. De igual manera, serán utilizados anuncios en medios de comunicación como radio y televisión para un mayor alcance a nivel nacional.

Componente 3.- INFRAESTRUCTURA para facilitar la creación de productos turísticos de calidad.

UCUENCA

El tercer componente es mejorar la infraestructura turística, puesto que es un elemento clave para el proyecto debido a que, el estado de los atractivos, así como los servicios que estos ofrecen, motivan la llegada de los visitantes a la parroquia. Por esta razón, existen propuestas y requerimientos de implementación y mejora para la infraestructura, ya sea por parte de los habitantes, así como de los visitantes efectivos y potenciales. Como resultado, la descripción de la ingeniería del proyecto aborda el punto de vista de cada parte interesada, incluyendo también una propuesta técnica que conjuga sus ideas.

Propuesta de las comunidades de la parroquia Santa Ana. Como punto de partida está considerada la propuesta de los habitantes de Santa Ana con quienes fue realizada la primera etapa del proyecto y lo que buscan es la readecuación y mantenimiento de los atractivos localizados en sus comunidades. Para esto, hay que considerar aspectos como la implementación de senderos, basureros, señaléticas y parqueaderos en los sitios de interés. Así mismo, cada comunidad aspira poseer un bien o bienes específicos para apelar a la comodidad de los turistas y de esta manera motivarlos fomentando su desarrollo económico.

Auquilula. Esta comunidad aspira implementar un parque lineal con un camino que cuente con fácil acceso, señalización, iluminación y camineras adornadas con plantas por la orilla del río Quingeo. La ruta comprende desde la entrada de su comunidad hasta llegar al atractivo conocido como Quebrada Oscura, en la comunidad El Salado.

El Salado. Esta comunidad es la que posee el atractivo con mayor potencial de toda la parroquia, la Quebrada Oscura, misma que busca mejorar la infraestructura de su acceso por la orilla del río Quingeo. Además, requieren mejorar la señalización improvisada que posee, así como el sendero y sus equipamientos para que sea más fácil y seguro llegar a la Quebrada.

Centro Parroquial. Esta es la comunidad central de la Parroquia Santa Ana, la cual cuenta con un atractivo de interés como lo es la Iglesia Matriz. Los habitantes consideran necesario la construcción de un monumento en la plaza central donde está asentada la iglesia, mismo que refleje la identidad cultural de la parroquia a través de la caracterización de una de sus manifestaciones más emblemáticas como lo son los Hornos de Pan de Leña.

Tepal. La siguiente comunidad interesada en incursionar en el turismo es la comunidad de Tepal, misma que cuenta con un atractivo natural como lo es el Cerro Mama Tepal, mismo donde la comunidad espera mejorar su mirador para aprovechar la vista panorámica que brinda este espacio al igual que el acceso desde la entrada y el sendero que lleva hacia la cima del cerro.

UCUENCA

Dizha La Dolorosa. La comunidad de Dizha la Dolorosa al igual que Tepal, desea aprovechar su ubicación y la altura de un atractivo natural conocido como la Loma de Dizha, mismo que ofrece la posibilidad de implementar un mirador en la parte alta junto con cabañas que la comunidad propone sean utilizadas con fines de hospedaje y recreación.

San Antonio de Trabana. Por último, la comunidad de San Antonio de Trabana es la que más adecuaciones e infraestructura exige para poder acceder a su atractivo natural conocido como la Cascada Tasqui, misma que requiere de mejoramiento del acceso, sendero con camineras y puentes para llegar al atractivo de manera segura y señalética adecuada en toda la ruta, adicionalmente los habitantes de esta comunidad desean implementar un criadero de truchas para actividades de pesca recreativa y un parqueadero para que los turistas puedan tener la mayor comodidad al momento de visitar su comunidad.

Requerimientos de la población demandante potencial. En este punto son consideradas las exigencias de los participantes en las encuestas estructuradas en el capítulo anterior, donde se buscó conocer qué actividades motivaría la visita y permanencia de los turistas en la parroquia Santa Ana. Los resultados demuestran que, existe concordancia en mayoría de los aspectos de los requerimientos de los habitantes de la comunidad y de quienes están interesados en visitarla. De modo que, mejorar el estado de los bienes empleados para el turismo al implementar señalética, pasamanos, parqueaderos, servicios higiénicos y senderos son las peticiones más recurrentes de ambas partes.

Además de las comodidades, los visitantes plantean que, para hacer de su visita lo más placentera y cómoda requieren actividades que generen una experiencia placentera dentro de la parroquia. Es así como, las solicitudes de los encuestados hacen énfasis en realizar cabalgatas, camping y miradores. Así mismo, desean actividades religiosas, culturales, gastronómicas, de deportes y aventura, lo que, incluye ciclorrutas, canopy y recorridos.

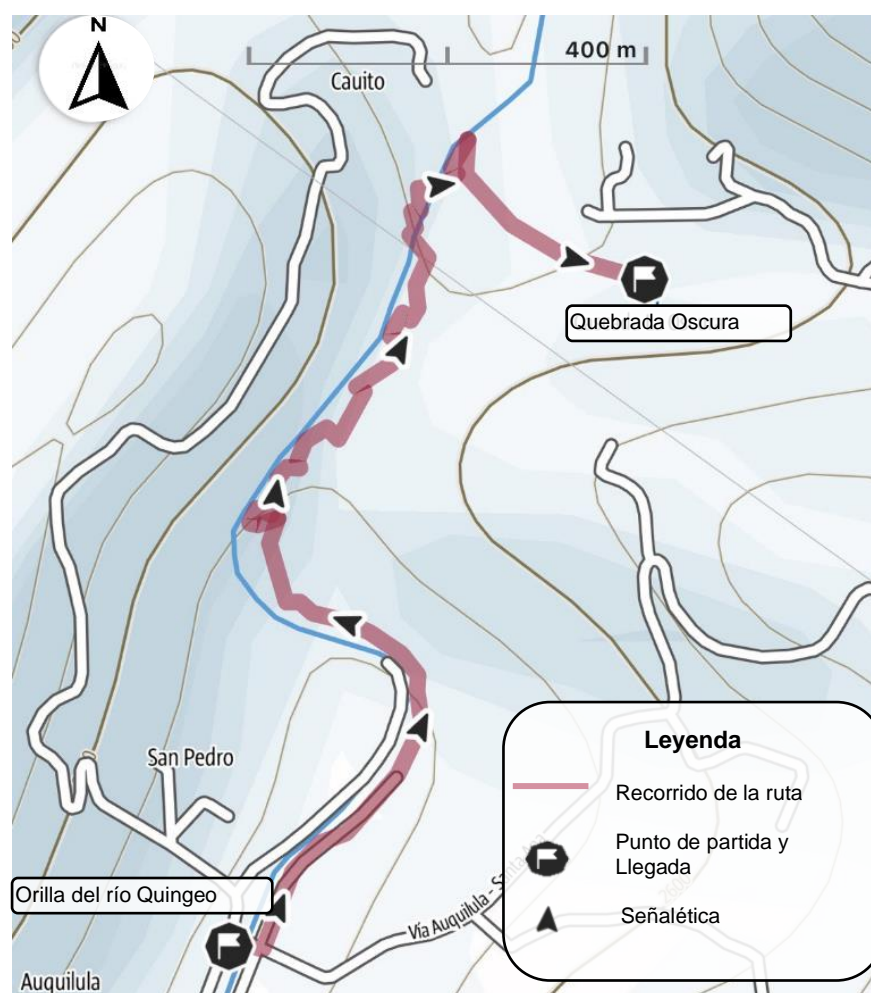
Diseño de los productos turísticos. Al comparar las ideas de bienes y servicios que pobladores y visitantes desean implementar en la parroquia, hay concordancia en varios puntos, concibiendo una idea más precisa del producto a obtener para satisfacer sus necesidades. A continuación, es presentado un producto diseñado de acuerdo con las necesidades y exigencias del mercado, para atraer a turistas y motivar a los pobladores en su involucramiento. La propuesta es generada en las comunidades con los principales atractivos y considera realizar dos rutas que conecten e implique otras comunidades.

UCUENCA

Ruta 1. La primera ruta comprende las comunidades de Auquilula, El Salado, Centro Parroquial y Tepal. El punto de partida es desde Auquilula, donde requiere un parqueadero de 25m x 10m con una caseta de cobro, este es el punto de inicio de un sendero que de 1,8 km de que recorre la orilla del río Quingeo hasta la entrada a la Quebrada Oscura. Para adecuar el camino se requiere trazar, limpiar y colocar piedra para el borde que delimiten el camino en los 1800m e implementar señalización en 7 puntos del camino. Mientras que, en el atractivo Quebrada Oscura se pretende implementar pasamanos, gradas y puentes el acceso al atractivo, zonas de camping, parrillada en las inmediaciones, adicionalmente colocar señalización junta a los 2 últimos puntos mencionados. Por último, requiere de infraestructura como un parqueadero de vehículos, servicios básicos y una caseta de cobro en el acceso.

Figura 35

Mapa del primer tramo de la ruta 1

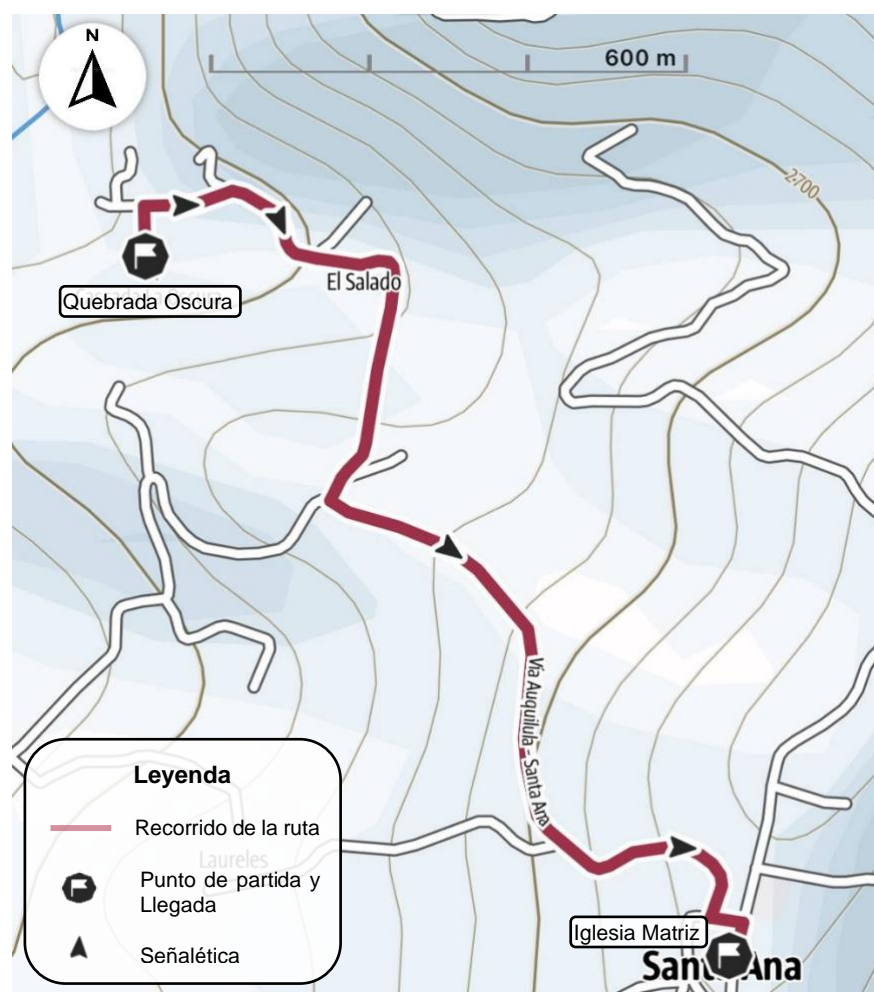


UCUENCA

El siguiente tramo parte desde la Quebrada Oscura y será dividido en dos trayectos con distintas dificultades. El primero es corto, con una dificultad baja ya que, es un camino de 1,8 km hacia el Centro Parroquial, requiere obras como señalización del camino, así como adecuar la plaza central para actividades de turismo cultural con carpas para rituales ancestrales y venta de productos típicos.

Figura 36

Mapa del segundo tramo de la ruta 1



El segundo trayecto es largo y de dificultad alta, ya que consiste en 1,6 km que conducen hacia el Cerro Mama Tepal donde, se pretende implementar un mirador y una plataforma para fotografías. De igual manera, precisa de una caseta de cobro para poder acceder al atractivo, mejorar la infraestructura para actividades recreativas como canopy y un parqueadero de

UCUENCA

vehículos para mayor comodidad de los visitantes al igual que la señalización adecuada para poder llegar al atractivo sin ningún contratiempo.

Figura 37

Mapa del tercer tramo de la ruta 1



A pesar de ser dos trayectos a partir de la Quebrada oscura, estos no están aislados y pueden estar conectados en un circuito turístico que combine el ecoturismo en la comunidad del Salado, turismo de deportes en las comunidades del Salado y Tepal y turismo cultural en la comunidad Centro Parroquial.

Figura 38

Mapa del recorrido de la ruta 1



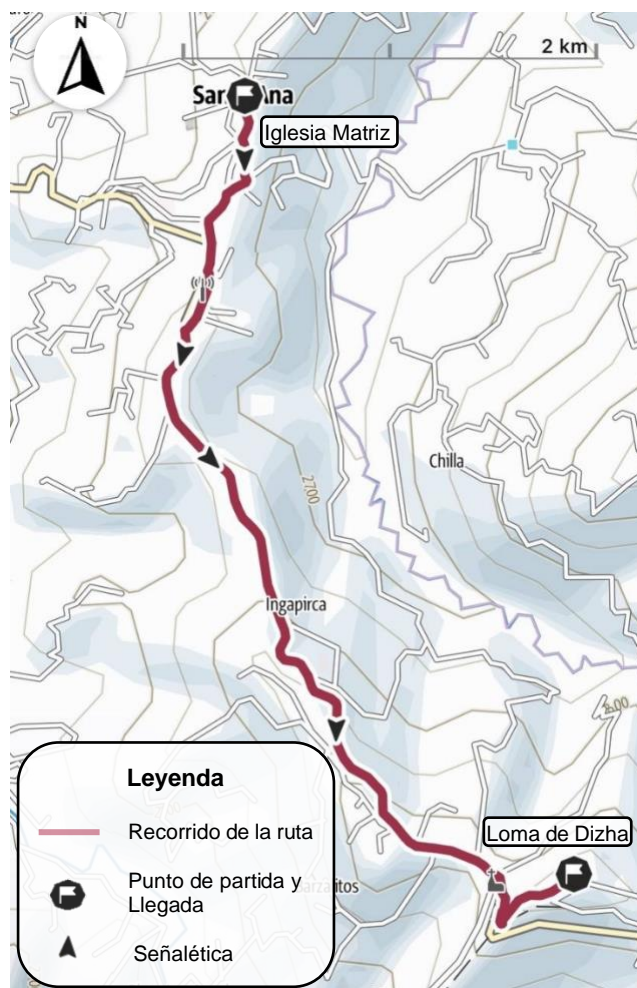
Ruta 2. La segunda ruta comprende las comunidades de Centro Parroquial, Dizha la Dolorosa y San Antonio de Trabana, pretende aprovechar la vía principal para implementar una ciclorruta para que quienes gustan de esta actividad tengan las comodidades necesarias para realizar este deporte y visiten con seguridad las comunidades. El punto de partida es la Iglesia Matriz, desde donde empieza un recorrido de 4,8 km en la vía principal para llegar a la Loma de Dizha, lugar en el que, se pretende implementar un parqueadero y una caseta de cobro para el acceso. Además, se proyecta establecer un mirador en conjunto con un sendero con señalización y escalones con pasamanos para facilitar el acceso a la cima, se establecerá zonas de camping y barbacoa que cuenten con iluminación adecuada y servicios básicos. De igual manera, se

UCUENCA

requiere de infraestructura para actividades recreativas como un columpio gigante y una torre de observación para aprovechar la vista que concede este lugar.

Figura 39

Mapa del primer tramo de la ruta 2



Para el siguiente tramo que conecta las comunidades de Dizha La Dolorosa y San Antonio de Trabana continua por 2,8 km la ciclorruta junto a la vía principal, de modo que, es necesario mejorar las condiciones de la vía, así como, la señalización e iluminación de esta. Una vez en la comunidad de San Antonio de Trabana, se requiere de un parqueadero y una caseta de cobro junto con un sendero trazado de 1,9 km señalizado y que cuente con puentes y pasamanos para el acceso al atractivo Cascada Tasqui, donde es necesario implementar zonas de parrillada, fogata y camping.

Figura 40

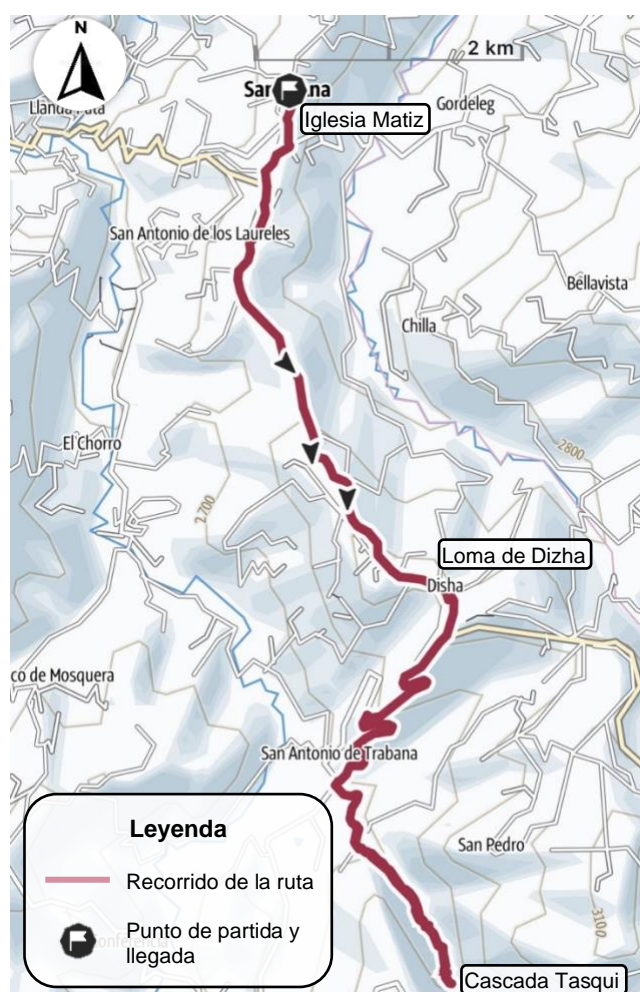
Mapa del segundo tramo de la ruta 2



Finalmente, la segunda ruta concluye con el retorno desde la “Cascada Tasqui” hasta la Iglesia Matriz. Es un circuito que ofrece los principales atractivos en las comunidades de Centro Parroquial, Dizha la Dolorosa y San Antonio de Trabana, también aprovecha la riqueza paisajística de las comunidades de San Antonio de los Laureles, Ingapirca y Barzalitos. Así mismo, en un solo recorrido la ruta proporciona actividades de turismo de naturaleza, de deportes, de aventura y culturales.

Figura 41

Mapa del recorrido de la ruta 2



Señalética. Por una parte, la señalética de tránsito en la vía pretende informar y prevenir, debido que, la ciclovía comparte el camino con los carros. Por otra parte, en las zonas de acceso y en los atractivos la señalética será interpretativa, su elaboración no debe representar mayor esfuerzo para realizarse con materiales existentes en el lugar (Comité de Senderos de la Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada, 2004) o con materiales alternativos adecuados para la zona. Están considerados 5 tipos de señales en los atractivos, tal como detalla la siguiente tabla.

Tabla 21

Tipo de señalización para las rutas

N°	Tipo de señalética	Cantidad	Ubicación
1	Señalización inicio de sendero panel 1,95mx0,95mx1,5m	2	Entrada a Auquilula. Plaza central de Centro Parroquial.
2	Señalización direccional de ruta: Baliza.	2	Salida de la Quebrada Oscura. Casa comunal de Dizha.
3	Señalización orientativa direccional poste flecha.	40	Zonas indicadas en los mapas. (Además marcar en piedras y árboles). En los 3 servicios higiénicos.
4	Señalización interpretativa de zonas de ocio establecidos y atractivos: atril.	12	En las 4 zonas de camping y parrillada. Orilla del río Quingeo. Quebrada Oscura. Cascada Tasqui. Loma de Dizha. Iglesia Matriz Santa Ana. Subida a mirador Mama Tepal.
5	Señalética de normativa y restricción	12	En todos los atractivos naturales

Los pictogramas utilizados son tomados del Manual de señalización turística del MINTUR, 2020, donde el color que predomina es el café, azul y blanco, debido a que van acorde a los colores de la naturaleza. Los diseños son los siguientes:

Figura 42

Pictogramas utilizados en los senderos



UCUENCA



IT4-4 Senderos



IT4-14 Servicios Higiénicos H



IT4-16 Servicios Higiénicos M



SR5-2 No Arrojar Basura



SR8-3 No Pisar



SR9-2 No Cazar

Nota. Tomado de “Manual de señalización turística”, por MINTUR, 2020.

2.2. Especificaciones técnicas

La falta de planificación en el área turística ha disminuido las oportunidades económicas en Santa Ana, lo que, ha causado que los habitantes sientan inconformidad con la actividad. De modo que, la planificación, control y gestión del turismo fortalece la inclusión y desarrollo social. Para lograr esto, se pretende no solo crear productos turísticos atractivos para sus visitantes, si no también, el fortalecimiento de las destrezas individuales de los habitantes de la parroquia.

El presente proyecto, en sus componentes, considera la contratación de servicio técnico, personal técnico especializado, instrumentos, metodologías y herramientas necesarias para cumplir con lo propuesto. En este sentido, es importante resaltar que, la actividad turística dentro de las comunidades está siendo ejecutada de manera empírica, requiriendo de manera urgente a especialistas que los puedan guiar. Por otra parte, para comprobar los frutos de la capacitación de la población, los futuros gestores deben tener un producto sostenible en el tiempo que atraiga a visitantes y dejen réditos económicos en la parroquia. Así que, cada componente del proyecto es importante y contiene acciones detalladas en la siguiente tabla.

Tabla 22

Especificaciones técnicas del proyecto

Acción	Descripción	Actores	Logros	Detalle de la inversión	2024		2025		Como se realizará	Cronograma de ejecución	Materiales necesarios
					Resultados	Costos	Resultados	Costos			
Componente 1.- ASOCIATIVIDAD para mejorar la distribución de los recursos.											
C1A1.- Ejecutar programas de fortalecimiento organizativo comunitario enfocado al turismo.											
Elaboración y desarrollo de programas enfocados en fortalecer la organización comunitaria en las actividades turísticas.	En las 2 zonas de planificación involucradas en el proyecto, se realizarán 8 programas de fortalecimiento organizativo comunitario. Se trabajará con una metodología andragógica, impartida mediante la contratación de la academia, a través de la Ley del Sistema Nacional de Contratación Pública; priorizando las universidades especializadas en el área de las Ciencias de la Hospitalidad y Ciencias Sociales.	GAD parroquial rural de Santa Ana, MINTUR, Pobladores de las comunidades, Subsecretaría de Gestión y Desarrollo – Dirección de Fomento turístico, Dirección de Talento Humano, Instituciones de apoyo.	Pobladores con mejor organización comunitaria.	Establecimiento de acuerdos para iniciar el proceso de fortalecimiento Operación, lanzamiento y difusión de convocatorias para los talleres. Desarrollo de contenidos para los módulos.	Pobladores conformes con los beneficios de la actividad turística, la distribución de los recursos e interesados en participar en su gestión de manera organizada.	500,00	Pobladores conformes con los beneficios de la actividad turística, la distribución de los recursos e interesados en participar en su gestión de manera organizada.	500,00	El desarrollo del contenido de los talleres se realizará en conjunto con la academia.	Se ejecutará un programa trimestral durante 2 años.	Material didáctico, insumos de oficina, casas o espacios comunitarios.
C1A2.- Evaluar los programas de fortalecimiento organizativo comunitario											

UCUENCA

Ejecución de evaluaciones para comprobar la eficacia de los talleres de fortalecimiento impartidos	Se realizará un proceso de acompañamiento seguimiento y evaluación de la aplicación de los temas tratados en iniciativas turísticas para sus organizaciones comunitarias. Las fases evaluar son: 1. Receptar las propuestas de los grupos participantes. 2. Calificar el logro de resultados esperados de sus iniciativas. 3. Autodiagnóstico y comparación del aumento de capacidades. 4. Retroalimentación de sus iniciativas.	GAD parroquial rural de Santa Ana, MINTUR, Pobladores de las comunidades, Subsecretaría de Gestión y Desarrollo – Dirección de Fomento turístico, Dirección de Talento Humano, Instituciones de apoyo.	Pobladores con mejor organización comunitaria.	Evaluaciones de los contenidos de los módulos. Tabulación y sistematización de los resultados.	Pobladores que aplican los conocimientos adquiridos en organización comunitaria.	500,00	Pobladores que aplican los conocimientos adquiridos en organización comunitaria.	500,00	La aplicación de las evaluaciones se realizará en conjunto con la academia.	Se ejecutará un programa trimestral durante 2 años.	Material didáctico, insumos de oficina, casas o espacios comunitarios
--	--	--	--	--	--	--------	--	--------	---	---	---

Componente 2: GESTION para regular, planificar, gestionar, promocionar la actividad turística de la parroquia y capacitar a los prestadores de servicios turísticos.

C2A1.- Definir e implementar herramientas para la autogestión de los espacios turísticos en las comunidades.

Elaboración, edición, impresión de guías, manuales y otros documentos de apoyo para los pobladores de	Se elaborarán: guías didácticas sobre la tramitología que deben seguir los que deseen poner en marcha emprendimientos turísticos, guía de	GAD parroquial rural de Santa Ana, MINTUR, Pobladores de las comunidades, Subsecretaría	Habitantes encargados de velar la sostenibilidad de los espacios turísticos y la protección de	Diseño, edición, impresión de guías, manuales y otros documentos para los pobladores de	Guías, manuales y otros documentos de apoyo para los pobladores de las comunidades.	2.000,00	Guías, manuales y otros documentos de apoyo para los pobladores de las comunidades.	2.000,00	Contenidos y diseño trabajados por técnicos especializados en el área de turismo del GAD de Santa Ana y la impresión se realizará	Impresión en los meses de mayo y septiembre de 2024, para los siguientes años se realizará el cronograma	Insumos de oficina
---	---	---	--	---	---	----------	---	----------	---	--	--------------------

las comunidades.	conservación de espacios naturales, publicar las potencialidades de los territorios, un manual de atención al cliente y resolución de conflictos.	de Gestión y Desarrollo – Dirección de Fomento turístico, Dirección de Talento Humano.	sus elementos naturales.	las comunidades.					mediante contratación pública.	para la validación del contenido.	
C2A2.- Desarrollar capacitaciones para formar el talento humano del sector turístico de la parroquia.											
Capacitaciones dirigidas al desarrollo del talento humano del sector turístico de la parroquia.	Los habitantes de las comunidades en su mayoría tienen un alto grado de rusticidad, por lo que, requieren capacitaciones que les permitan adquirir conocimientos básicos en las ciencias de la hospitalidad y mejorar sus capacidades técnicas. Los temas centrales de los cursos son los siguientes: 1. Seguridad alimentaria 2. Administración de servicios de alojamiento y alimentación 3. Recepción 4. Camarería	GAD parroquial rural de Santa Ana, MINTUR, Pobladores de las comunidades, Subsecretaría de Gestión y Desarrollo – Dirección de Fomento turístico, Dirección de Talento Humano	Incremento del talento humano, las capacidades técnicas y las aptitudes de los pobladores involucrados en la prestación de servicios dentro del proyecto.	Operación, lanzamiento y difusión de convocatorias para las capacitaciones. Desarrollo de contenidos.	Pobladores capaces de autogestionar los destinos turísticos.	500,00	Pobladores capaces de autogestionar los destinos turísticos.	500,00	La metodología para desarrollar el aprendizaje adecuado por parte de la población es la educación andragógica y se enfocará en temas como el proceso para incursionar en la actividad turística, materialización de proyectos y emprendimientos, hotelería, cocina, recepción, etc. Además, los contenidos estarán en constante revisión con la finalidad de mantener a los participantes actualizados en temas de gestión	La primera capacitación será en junio de los años 2024 y 2025.	Material didáctico, insumos de oficina, casas o espacios comunitarios.

- 5. Cocina
- 6. Operación turística
- 7. Agente de ventas
- 8. Excelencia en el servicio
- 9. Buenas prácticas turísticas

y emprendimiento en el turismo.

C2A3.- Generar publicidad turística en medios de comunicación y redes sociales.

Creación de publicidad para Santa Ana en medios de comunicación y redes sociales.	Se aumentará la actividad en las páginas de Facebook, Instagram y TikTok del GAD Parroquial de Santa Ana, en su página web y en medios de comunicación como radio y televisión.	GAD parroquial rural de Santa Ana, MINTUR, Pobladores de las comunidades, Instituciones de apoyo, Medios de comunicación, Figuras públicas.	Incrementar el número de visitantes que pernoctan en la parroquia.	Diseño de publicidad, grabación y edición de material audiovisual en televisión, radio y redes sociales, impresión de panfletos y otros documentos para atraer visitantes.	Publicidad en redes sociales y medios de comunicación.	18.694,54	Publicidad en redes sociales y medios de comunicación.	18.694,54	Uso de material fotográfico y audiovisual en conjunto con influencers que promocionen y difundan a la parroquia Santa Ana como destino turístico.	La promoción se llevará a cabo todos los días del año, y la contratación del personal y medio se realizará en el primer trimestre de cada año.	Instrumentos de audio y video, personal especializado en publicidad y marketing, casas o espacios comunitarios
---	---	---	--	--	--	-----------	--	-----------	---	--	--

Componente 3.- INFRAESTRUCTURA para facilitar la creación de productos turísticos de calidad.

C3A1: Mejorar la conexión y la accesibilidad a los atractivos turísticos.

Optimización de la infraestructura turística de los espacios con los principales atractivos turísticos.	Los espacios con los principales atractivos turísticos de la parroquia tendrán adecuaciones para mejorar la infraestructura y volverla atractiva y segura para la actividad turística.	GAD parroquial rural de Santa Ana, MINTUR, Pobladores de las comunidades, Subsecretaría de Gestión y Desarrollo –	Atractivos turísticos con mejor infraestructura	Adecuaciones en vías de acceso, pasamanos, camineras, puentes, servicios higiénicos y señalización.	Productos turísticos.	17.124,75	Productos turísticos.	99.449,19	Construir una ciclovía para conectar las comunidades indicadas y senderos de acceso a los atractivos, así como implementar señalización y	Una vez aprobado el proyecto se pondrá en marcha las mejoras de la infraestructura que conforma la ruta 1 y en enero del año 2025 se	Insumos de oficina, casas o espacios comunitarios.
---	--	---	---	---	-----------------------	-----------	-----------------------	-----------	---	--	--

		Dirección de Fomento turístico, Dirección de Talento Humano, Instituciones de apoyo.							servicios higiénicos en sus alrededores.	ejecutará las adecuaciones para la ruta 2.	
C3A2: Intervenir en las condiciones físicas de los atractivos turísticos para que puedan ser integrados en los productos turísticos.											
Modificación de los espacios donde se localizan los principales atractivos turísticos para que tengan equipamientos para la prestación de servicios.	Los espacios con los principales atractivos turísticos de la parroquia tendrán modificaciones para posibilitar la prestación de servicios.	GAD parroquial rural de Santa Ana, MINTUR, Pobladores de las comunidades, Instituciones de apoyo.	Desarrollo óptimo de la actividad turística.	Materiales necesarios para efectuar actividades específicas.	Destinos turísticos con actividades.	30.618,33	Destinos turísticos con actividades.	45.711,35	Mediante apoyo de las instituciones mismas que proveerán el material y los equipos necesarios para el desarrollo de las actividades turísticas del destino.	Una vez aprobado el proyecto se pondrá en marcha las mejoras de la infraestructura que conforma la ruta 1 y en enero del año 2025 se ejecutará las adecuaciones para la ruta 2.	Instrumentos y material de construcción, personal especializado en diseño y construcción, espacios comunitarios
						Total	69.937,62	167.355,08			

CAPÍTULO 3. ANÁLISIS INTEGRAL DE LA VIABILIDAD

3.1. Viabilidad económica

Los principales atractivos fueron seleccionados de acuerdo con el interés y apoyo de los presidentes de los comités comunitarios en conjunto con la aplicación de los criterios de la “Jerarquización de atractivos” generada por la Dirección de Productos y Destinos del Ministerio de Turismo. Como resultado son 6 comunidades con un espacio con una infraestructura básica para desarrollar turismo, así como el apoyo de sus habitantes para proyectos relacionados. El proyecto está enfocado en la potencialización de estos espacios y la generación de oportunidades económicas para los habitantes de las comunidades.

3.1.1. Metodologías utilizadas para el cálculo de la inversión total, costos de operación y mantenimiento, ingresos y beneficios

Metodología para el cálculo de la inversión

Para formular la inversión del proyecto fueron considerados los componentes necesarios para adoptar y conseguir las metas, así como actividades para mejorar la competitividad, sostenibilidad y generación de oportunidades económicas. Así mismo, para identificar la mejor propuesta derivada de las necesidades identificadas en la etapa de diagnóstico, fueron evaluadas las propuestas hechas por la comunidad y turistas encuestados. Resultante de esta minuciosa articulación entre capacidad del territorio, oferta y demanda, nace la propuesta del presente proyecto.

Por una parte, la propuesta de los pobladores de la parroquia Santa Ana, está enfocada solo en la implementación de lugares turísticos (parques lineales, cabañas, monumentos, etc.), como detalla la descripción de la ingeniería del proyecto. De modo, que la inversión es destinada únicamente a la infraestructura turística por un monto de \$463.187,96 (cuatrocientos sesenta y tres mil ciento ochenta y siete con 96/100 dólares de los Estados Unidos de América). Por otra parte, las exigencias de los encuestados demuestran que no solo requieren espacios atractivos, si no, también, actividades entretenidas (senderismo, deportes de aventura, etc.) que con su implementación demandaría una inversión de \$210.055,30 (doscientos diez mil cincuenta y cinco con 30/100 dólares de los Estados Unidos de América).

Por último, la inversión total del presente proyecto es de \$237.292,70 (doscientos treinta y siete mil doscientos noventa y dos con 70/100 dólares de los Estados Unidos de América);

valor calculado con base a los precios del mercado mediante la cotización en constructoras y proveedores de los materiales requeridos (ver Anexo G y Anexo H). La cantidad establecida para la inversión del proyecto contempla tres aspectos primordiales:

- mejorar la asociatividad mediante programas de fortalecimiento comunitario
- optimizar la gestión por medio de capacitaciones a los habitantes, contratación de personal especializado y generación de publicidad
- adecuación de la infraestructura turística para generar productos turísticos.

Metodología para el cálculo de los costos de operación y mantenimiento

Los valores de operación son calculados considerando los rubros relacionados con el personal técnico que colabora dentro del proyecto y los costos de mantenimiento hacen referencia a aquellos desembolsos serán realizados de manera habitual durante la vida útil del proyecto para asegurar un buen funcionamiento de la infraestructura. Como resultado, los costos de operación y mantenimiento fueron calculados de la siguiente manera:

En el componente uno, serán contratados dos colaboradores para el programa de fortalecimiento comunitario quienes estarán a cargo de realizar las actividades especificadas anteriormente. Para calcular el valor del rubro fueron consideradas la remuneración básica unificada más beneficios sociales.

En el componente dos, enfocado en capacitar a los pobladores de la parroquia para mejorar sus aptitudes, colaborarán los dos servidores multidisciplinarios contratados en el anterior componente para impartir los temas detallados en la ingeniería del proyecto. Así mismo, en este componente se requiere de publicidad, que en base al estudio de mercado debe estar enfocada principalmente hacia las redes sociales y dirigida a personas que comprenden edades de entre 28 y 37 años, especialmente a aquellos turistas potenciales que proceden de la ciudad de Guayaquil. Para calcular el valor del rubro fue considerado el salario básico unificado más beneficios sociales del community manager que será contratado para diseñar publicidad especializada en la demanda identificada previamente y será el encargado de manejar las redes sociales más relevantes (Instagram, Facebook y TikTok) junto con la página oficial del GAD parroquial Rural de Santa Ana.

Metodología para el cálculo de los beneficios

El presente proyecto tiene un enfoque de desarrollo turístico con beneficio social, debido a que propone incrementar las llegadas de turistas, los ingresos por gasto turístico, aumento de la competitividad de la parroquia Santa Ana y la creación de empleos en el sector. Por este motivo, los productos entregables no son definidos en términos monetarios, si no, en beneficios valorados para los actores involucrados al cumplir con los tiempos establecidos. Otro beneficio es la evolución social al mejorar las capacidades profesionales de los habitantes y al crearse plazas de empleo que provean de un salario a una persona por contratación o por la generación de emprendimientos vinculados al proyecto.

Así, su cálculo es obtenido al multiplicar las plazas de trabajo generadas, por el salario básico unificado vigente en el año 2024. Esta valoración se obtiene considerando el incremento de llegadas a la parroquia según el grado de aceptación detectado en el estudio de mercado. Se consideran las alternativas propuestas por la comunidad, los turistas y el diseño del proyecto para verificar la que genere más llegadas a la parroquia con el menos gasto posible.

3.1.2. Identificación y valoración de la inversión total, costos de operación y mantenimiento, ingresos y beneficios.

Debido a que, son tres propuestas para valorar, cada apartado contiene un detalle de los rubros correspondientes a cada una.

Identificación y valoración de la inversión total

Inversión en la propuesta de la comunidad. Como los pobladores de Santa Ana solo desean modificar la infraestructura turística según sus necesidades e intereses personales o locales, los costos reflejados en base a su propuesta se calcularon según las obras que desean construir, más no basados en un proyecto estructurado con componentes establecidos que busquen el desarrollo turístico de la parroquia, por lo que se convierte en la propuesta que requiere mayor inversión.

Tabla 23

Inversión total de la propuesta de la comunidad

Atractivo/ comunidad	Obra	Valor
	Sendero con plantas ornamentales por la orilla del río Quingeo	\$ 4.445,80

Orillas del río Quingeo / Auquilula	Parque lineal por la orilla del río Quingeo	\$ 92.159,55
	Señalética	\$ 270,00
	Basureros	\$ 52,00
	Kayak y tubing	Lugar no apto
Quebrada Oscura / El Salado	Sendero hacia el atractivo	\$ 2.945,79
	Señalética	\$ 270,00
	Basureros	\$ 52,00
	Parqueadero	\$ 4.575,00
Mama Tepal / Tepal	Sendero hacia el atractivo	\$ 5.444,50
	Señalética	\$ 270,00
	Basureros	\$ 52,00
	Tarabita desde Mama Tepal al Centro Parroquial	\$ 180.000,00
	Columpio	\$ 7.595,96
	Readecuar la capilla del cerro Mama Tepal	\$ 7.031,12
Iglesia Matriz / Centro Parroquial	Monumentos	\$ 60.000,00
	Señalética	\$ 270,00
Loma de Dizha / Dizha	Sendero hacia el atractivo	\$ 6.129,29
	Señalética	\$ 270,00
	Basureros	\$ 52,00
	Cabañas en la loma de Dizha	\$ 26.267,95
	Mirador	\$ 5.433,71
	Parqueadero	\$ 4.575,00
Cascada Tasqui / San Antonio de Trabana	Sendero hacia el atractivo	\$ 6.129,29
	Señalética	\$ 270,00
	Basureros	\$ 52,00
	Criadero de Truchas	\$ 16.000,00
	Parqueadero	\$ 4.575,00
	Mano de obra	\$ 28.000,00
Total		\$ 463.187,96

Inversión en la propuesta de la población demandante potencial. En las encuestas aplicadas en el estudio de mercado, las respuestas indicaron que la implementación de actividades al aire libre atraería más personas a la parroquia, aumentando no solo el número de visitantes, si no también, el gasto que realizan en la parroquia. De modo que, para implementar los servicios solicitados es necesario modificar la infraestructura adquiriendo material y obras de construcción.

Tabla 24

Inversión total de la propuesta de la población demandante potencial

Actividad	Obra	Valor
Caminatas		
Senderismo	Senderos estructurados en las 6 comunidades	\$ 24.593,87
Cabalgatas		
Actividades deportivas	Ciclovía de 7,5 km	\$ 27.437,10

	Canchas	\$ 40.858,35
Deportes de aventura	Estructura e implementos para canopy	\$ 47.230,00
	Estructura e implementos Kayak y tubing	Lugar no apto
	Estructura e implementos para escalada y rappel	\$ 27.599,00
	Zonas de camping	Adecuación de territorio para acampar
Actividades de bienestar y relajación	Adecuación de espacios para actividades de bienestar	\$ 839,88
	Miradores	\$ 3.519,00
	Parqueaderos	\$ 13.725,00
	Mano de obra	\$ 15.680,00
Total		\$ 210.055,30

Inversión en la propuesta diseñada en el proyecto. Una vez contrastadas las ideas de la población de Santa Ana en conjunto con las peticiones de la población demandante potencial, se creó una nueva alternativa con las opciones más solicitadas y las soluciones a los problemas existentes en la parroquia. Es por esto que, la propuesta no solo contiene una modificación de infraestructura turística, si no también componentes relacionados a la asociatividad y gestión.

Tabla 25

Inversión total

Componente / Actividad	2024	2025
<i>Componente 1.- ASOCIATIVIDAD para mejorar la distribución de los recursos.</i>	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
C1A1.- Ejecutar programas de fortalecimiento organizativo comunitario enfocado al turismo.	\$ 500,00	\$ 500,00
C1A2.- Evaluar los programas de fortalecimiento organizativo comunitario	\$ 500,00	\$ 500,00
<i>Componente 2: GESTION para regular, planificar, gestionar, promocionar la actividad turística de la parroquia y capacitar a los prestadores de servicios turísticos.</i>	\$ 27.194,54	\$ 27.194,54
C2A1.- Definir e implementar herramientas para la autogestión de los espacios turísticos en las comunidades.	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
C2A2.- Desarrollar capacitaciones para formar el talento humano del sector turístico de la parroquia.	\$ 500,00	\$ 500,00
C2A3.- Generar publicidad turística en medios de comunicación y redes sociales.	\$ 24.694,54	\$ 24.694,54
<i>Componente 3.- INFRAESTRUCTURA para facilitar la creación de productos turísticos de calidad.</i>	\$ 47.743,08	\$ 145.160,54
C3A1: Mejorar la conexión y la accesibilidad a los atractivos turísticos.	\$ 17.124,75	\$ 99.449,19

UCUENCA

C3A2: Intervenir en las condiciones físicas de los atractivos turísticos para que puedan ser integrados en los productos turísticos.	\$ 30.618,33	\$ 45.711,35
TOTAL	\$69.937,62	\$167.355,08

Costos de operación y mantenimiento

Tabla 26

Costos de operación del componente 1 y 2

Detalle	Año 2024	Año 2025
Servicios prestados	\$16.560,00	\$16.920,00
Décimo tercer sueldo	\$1.380,00	\$1.410,00
Décimo cuarto sueldo	\$1.380,00	\$1.380,00
Aporte patronal 11,15%	\$1.846,44	\$1.886,58
Vacaciones		\$705,00
Fondos de reserva		\$1.410,00
Total	\$21.166,44	\$23.711,58

Nota. Los valores están calculados para los dos prestadores de servicio que requieren los componentes 1 y 2 del proyecto.

Valoración de los beneficios

Incremento de llegada de turistas. Para el incremento de llegadas de turistas, el principal elemento a considerar es la infraestructura turística, puesto que esta es la que más atrae el flujo de visitantes. La población demandante efectiva se estima en alrededor de 684.274 personas, este número puede llegar a aumentar o disminuir de acuerdo con las actividades que se implementen en la parroquia. Las tres alternativas son comparadas para identificar la opción que genere mayor atracción de turistas a Santa Ana.

Tabla 27

Número de interesados en la implementación de las propuestas

a) Propuesta de la comunidad	Demandante potencial	b) Propuesta del estudio de demanda	Demandante potencial	c) Propuesta diseñada en el proyecto	Demandante potencial
Sendero con plantas ornamentales por la orilla del río Quingeo Senderos hacia los atractivos	203.653	Senderos estructurados	203.653	Senderos estructurados	203.653

UCUENCA

Cabañas en la loma de Dizha	0	Zonas de camping	57.023	Zonas de camping	57.023
Mirador	46.161	Miradores	46.161	Miradores	46.161
Tarabita desde Mama Tepal al Centro Parroquial	0	Estructura e implementos para canopy	43.446	Estructura para canopy	43.446
Parqueaderos	8.146	Parqueaderos	8.146	Parqueadero	8.146
Columpio	2.715			Columpio	2.715
Señalética	0			Señalética	0
Basureros	0			Basureros	0
Readecuar la capilla del cerro Mama Tepal	0			Mantenimiento de la Iglesia Matriz	0
Monumentos	0			Torre de observación	0
Criadero de Truchas	0				
Parque lineal por la orilla del río Quingeo	2.715				
		Ciclovía	160.207	Ciclovía	160.207
		Actividades de bienestar	35.300	Espacios para limpiezas ancestrales	24.438
		Estructura e implementos para escalada y rappel	5.431	Estructura para rappel	5.431
		Canchas	2.715		
				Servicios higiénicos	0
				Zonas de barbacoa	0
				Mejora de la vía	0
Total	263.390	Total	562.082	Total	551.220

El incremento de llegadas de turistas beneficia a Santa Ana, debido al gasto que generan dentro de la parroquia al efectuar las actividades que les interesa. En el diseño de las propuestas la generación de senderos es la actividad que más visitantes atraerá a la parroquia, los cuales, según el estudio de mercado están dispuestos a pagar hasta \$10. Tomando como referencia el valor intermedio de \$5, los ingresos por turismo serían los siguientes.

Tabla 28

Ingresos por turismo al implementar las propuestas

Propuestas	Turistas potenciales	Ingresos ha generar
a) Propuesta de la comunidad	263.390	\$ 1'316.950,00
b) Propuesta del estudio de demanda	562.082	\$ 2'810.410,00
c) Propuesta del proyecto	551.220	\$ 2'756.100,00

Empleos generados. El salario básico unificado de los trabajadores en general, incluyendo a los trabajadores de pequeñas industrias, agrícolas, de maquila, remunerados del hogar, operarios de artesanías y colaboradores de la microempresa, se fija en US\$ 460,00 (cuatrocientos sesenta dólares de los Estados Unidos de América) mensuales a partir del 01 de enero de 2024 (Ministerio de Trabajo, 2023).

En base a esto se calcula el beneficio que es el resultante de la suma de todos los salarios básicos que se paga a un trabajador durante un año y multiplicado por el total de plazas de trabajo que generará cada propuesta.

Tabla 29

Ingresos para los empleos generados en la implementación de las propuestas

Descripción	a) Propuesta de la comunidad	b) Propuesta del estudio de demanda	c) Propuesta del proyecto
Empleos generados	46	39	55
Remuneración básica mensual	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00
Remuneración total anual	\$253.920,00	\$ 215.280,00	\$303.600,00

3.1.3. Flujo económico

Debido a que la finalidad del proyecto es beneficiar a la comunidad, mediante la generación de oportunidades económicas, el flujo económico será realizado con el valor de los empleos generados por las propuestas realizadas.

Tabla 30

Flujo económico de la propuesta de la comunidad

Concepto	2024	2025	Total
Año	0	1	
Empleos generados	0	46	46

UCUENCA

a) Beneficios (US\$ Corriente)	0	253.920,00	253.920,00
Sociales y económicos	0,00	253.920,00	253.920,00
b) Egresos	231.593,98	231.593,98	463.187,96
Inversión	206.780,34	206.780,34	413.560,68
Gasto de capital	206.780,34	206.780,34	413.560,68
IVA	24.813,64	24.813,64	49.627,28
Operación y mantenimiento (corriente)	0,00	0,00	0,00
Gastos operativos	0,00	0,00	0,00
Flujo de caja (a-b)	-231.593,98	22.326,02	-209.267,96

Tabla 31

Flujo económico de la propuesta del estudio de demanda

Concepto	2024	2025	Total
Año	0	1	
Empleos generados	0	39	39
a) Beneficios (US\$ Corriente)	0,00	215.280,00	215.280,00
Sociales y económicos	0,00	215280,00	215280,00
b) Egresos	105.027,65	105.027,65	210.055,30
Inversión	93.774,69	93.774,69	187.549,38
Gasto de capital (componentes)	93.774,69	93.774,69	187.549,38
IVA	11.252,96	11.252,96	22.505,93
Operación y mantenimiento (corriente)	0,00	0,00	0,00
Gastos operativos	0,00	0,00	0,00
Flujo de caja (a-b)	-105.027,65	110.252,35	5.224,70

Tabla 32

Flujo económico de la propuesta del proyecto

Concepto	2024	2025	Total
Año	0	1	
Empleos generados	0	55	55
a) Beneficios (US\$ Corriente)	0,00	303.600,00	303.600,00
Sociales y económicos	0,00	303600,00	303600,00
b) Egresos	91.104,06	191.066,66	282.170,72
Inversión	69.937,62	167.355,08	237.292,70
Gasto de capital (componentes)	69.937,62	167.355,08	237.292,70
Componente 1.- ASOCIATIVIDAD para mejorar la distribución de los recursos.	892,86	892,86	1785,71
C1A1.- Ejecutar programas de fortalecimiento organizativo comunitario enfocado al turismo.	446,43	446,43	892,86

UCUENCA

C1A2.- Evaluar los programas de fortalecimiento organizativo comunitario.	446,43	446,43	892,86
Componente 2: GESTION para regular, planificar, gestionar, promocionar la actividad turística de la parroquia y capacitar a los prestadores de servicios turísticos.	18.923,70	18.923,70	37.847,39
C2A1.- Definir e implementar herramientas para la autogestión de los espacios turísticos en las comunidades.	1.785,71	1.785,71	3.571,43
C2A2.- Desarrollar capacitaciones para formar el talento humano del sector turístico de la parroquia.	446,43	446,43	892,86
C2A3.- Generar publicidad turística en medios de comunicación y redes sociales.	16.691,55	16.691,55	33.383,11
Componente 3.- INFRAESTRUCTURA para facilitar la creación de productos turísticos de calidad.	42.627,75	129.607,62	172.235,37
C3A1: Mejorar la conexión y la accesibilidad a los atractivos turísticos.	15.289,96	88.793,92	104.083,87
C3A2: Intervenir en las condiciones físicas de los atractivos turísticos para que puedan ser integrados en los productos turísticos.	27.337,79	40.813,71	68.151,50
IVA	7.493,32	17.930,90	25.424,22
Operación y mantenimiento (corriente)	21.166,44	23.711,58	44.878,02
Gastos operativos	21.166,44	23.711,58	44.878,02
Flujo de caja (a-b)	-91.104,06	112.533,34	21.429,28

3.1.4. Indicadores económicos (TIR, VAN Y otros)

Los indicadores económicos demuestran que la inversión en un proyecto de esta índole es rentable y genera beneficios para la sociedad. Para su cálculo fueron evaluadas todas las propuestas para determinar la más favorecedora, tomando como referencia la tasa del 12% de rendimiento económico establecida en el formato de la Secretaría Nacional de Planificación.

Tabla 33

Indicadores económicos de las propuestas

Indicadores económicos	a) Propuesta de la comunidad	b) Propuesta del estudio de demanda	c) Propuesta del proyecto
Tasa referencial	12%	12%	12%
VANe	\$-211.660,03	-6.588,05	9.372,14
TIRe	-90%	5%	24%
Beneficio/Costo	0,09	0,94	1,10

La finalidad de valorar las tres propuestas es identificar aquella que genera mayor beneficio al ser implementada. Las propuestas realizadas por la comunidad y la del estudio de demanda no se justifican debido a que no son viables, siendo la opción económica más adecuada la propuesta por el presente proyecto.

3.2. Viabilidad financiera – fiscal

El presente proyecto pretende ocasionar un impacto en la población local mediante un proyecto de inversión cuyos efectos se manifiesten de manera positiva en el turismo de la parroquia Santa Ana. Por este motivo, el proyecto no es apto para un análisis de viabilidad financiera ya que, los beneficios que obtenga serán netamente para la misma localidad sin ningún tipo de utilidad para las entidades públicas.

3.3. Viabilidad ambiental

3.3.1. Análisis de impacto ambiental y riesgos

Es de conocimiento público que todo tipo de actividad humana genera impactos en cualquier territorio donde se lo realice por lo que actualmente los gobiernos se han dedicado a crear herramientas y regulaciones para garantizar el cuidado y protección de los recursos naturales comprometiéndose a mantener un equilibrio entre el desarrollo de la sociedad y la calidad de los ecosistemas. Como resultado, han dejado de lado la idea de que la destrucción de la naturaleza está justificada por los beneficios económicos que se obtiene.

En este aspecto, es esencial considerar los impactos ambientales que genera el turismo al ser una de las actividades con mayor impacto en términos medioambientales por la relación tan estrecha que tienen entre sí. Esta mecánica es determinante para buscar el desarrollo socioeconómico en todas las sociedades del mundo ya que, el turismo ha llegado a tener un

papel primordial como sector económico a nivel internacional generando ingresos y dinamizando la economía de los países de manera colosal. Sin embargo, lamentablemente son de igual magnitud los impedimentos para adoptar y establecer mecanismos para la protección medioambiental.

Una herramienta para la conservación ambiental es el estudio de impacto, puesto que presenta mecanismos para la protección de los recursos naturales. Como resultado, en el turismo, el estudio de impacto se realiza considerando las características de las actividades de naturaleza y de turismo cultural. En este sentido, los impactos estarán alineados con políticas del Objetivo 11 del eje transición ecológica del Plan de Creación de Oportunidades que son detalladas textualmente a continuación.

Objetivo 11 Conservar, restaurar, proteger y hacer uso sostenible de los recursos naturales.

Política 11.1 Promover la protección y conservación de los ecosistemas y su biodiversidad; así como el patrimonio natural y genético nacional.

Política 11.2 Fomentar la capacidad de recuperación y restauración de los recursos naturales renovables.

Política 11.3 Impulsar la reducción de la deforestación y degradación de los ecosistemas a partir del uso y aprovechamiento sostenible del patrimonio natural.

Por una parte, el turismo puede acarrear impactos negativos en el ambiente cuando es realizado de manera descontrolada y desorganizada. En consecuencia, la planificación es clave para el desarrollo del turismo, ya que se contemplan las medidas preventivas y correctivas como estrategias de mitigación para posibles impactos negativos. En primera instancia, los impactos negativos que puede llegar a causar el proyecto son:

- alteración de la fauna por el aumento de visitantes y el ruido que generan,
- disminución de la calidad del suelo por la contaminación con desechos sólidos y líquidos que produce la actividad turística,
- pérdida de la vegetación debido a malas prácticas por parte de los turistas como desviarse de los senderos o no respetar señaléticas,
- agotamiento de los recursos causado por la sobrecarga de la capacidad física del área, misma que se detalla en la Tabla 34.

Tabla 34

Capacidad de carga física de los atractivos

Atractivo	Capacidad de carga física (número máximo de personas por día)
Orillas del río Quingeo	1.922
Quebrada Oscura	102
Mama Tepal	765
Loma de Dizha	874
Cascada Tasqui	1.478
Plaza Central	869
TOTAL	6.010

Nota. La capacidad de carga física siempre es mayor a la efectiva pero su valor no es tan exacto como la capacidad de carga real. No obstante, es una cantidad referencial útil para definir los primeros límites de afluencia turística para cada lugar.

Los efectos negativos que pueden conllevar la implementación del proyecto requieren medidas de mitigación, mismas que se detallan a continuación:

- Concientizar a los habitantes de la parroquia Santa Ana acerca de la conservación de los recursos naturales que poseen.
- Crear publicidad dirigida a los turistas que visitan la parroquia para difundir información y fomentar principios de conservación de los atractivos en las redes sociales y la página web oficial del GAD parroquial.
- Monitorear el cumplimiento de las normas de protección ambiental.
- Ejecutar campañas de reciclaje en conjunto con el relleno Sanitario Pichacay.
- Definir senderos y áreas de recreación para realizar actividades de turismo evitando el desgaste de la vegetación.
- Establecer un código de vestimenta con ropa de camuflaje para los prestadores de servicio, evitando que los colores alteren a la fauna.
- Supervisar que la capacidad de carga física de los atractivos no sea rebasada.
- Restringir el recorrido sin supervisión en los atractivos de la parroquia, empleando guías para todo tipo de visitas.

Por otra parte, los proyectos turísticos con planificación adecuada no solo generan beneficios económicos, también aportan a la conservación de los recursos naturales y culturales. Los impactos positivos que crea el presente proyecto son:

- Generación de plazas de empleo
- Adopción de medidas para la mejora continua
- Concientización ambiental y fomento de la conservación
- Disminución de la pobreza.

3.3.2. Sostenibilidad social

El turismo influye mucho en las sociedades, ya que no solo es una actividad productiva, sino que posee un componente social al considerar la percepción y experiencias del turista como la reacción de las comunidades receptoras y sus tradiciones, llegando incluso a influir en el cambio de estilo de vida y otros aspectos para conjugar sus metas e intereses en el afán de obtener el mayor beneficio posible.

Según la Secretaria Nacional de Planificación, para que exista sostenibilidad se debe impulsar tres tipos de equidad: de género, étnica cultural e intergeneracional; esto se debe lograr a través de acciones que provoquen cambios importantes en los comportamientos que ocasionan desigualdad y discriminación en la sociedad.

Equidad de género. Se dará el mismo grado de participación tanto a hombres como a mujeres, asignando las funciones que se deben desempeñar en igual medida para la comunidad sin distinguir por temas de género, garantizando la participación de toda la población para asegurar la realización del proyecto.

Equidad étnica cultural. Se dará la misma importancia y participación a todos los pueblos y nacionalidades sin distinguir idiomas, razas o creencias, buscando así el mayor nivel de interacción entre los participantes de las comunidades de la parroquia junto con los profesionales del turismo y los visitantes que lleguen a visitarla, buscando el bien común y la involucración activa en todo tipo de actividades de manera que todos los actores y en especial los consumidores, se sientan cómodos con los servicios que adquieran logrando fidelidad e impulso del producto ofertado.

Equidad intergeneracional. Se dará igualdad de atención a los requerimientos de todos los grupos de edad para que se pueda satisfacer todo tipo de necesidades y garantizar la participación activa de todas las generaciones sin discriminar a nadie ya que el objetivo es crear oportunidades de participación para todo tipo de actividad que genere ingresos aprovechando todos los recursos que existen en la parroquia procurando conservarlos para asegurar que las nuevas generaciones puedan disfrutarlos manteniendo siempre su

integridad bajo políticas ambientales que garanticen la conservación y protección de la naturaleza para la posteridad.

En general, el proyecto busca aportar al desarrollo económico social permitiendo a los pobladores tener plazas de trabajo que generen ingresos para ellos y sus familias. Para lograrlo se crearán nuevos productos turísticos atractivos, donde, la materia prima es la riqueza natural y cultural de Santa Ana.

Una de las claves del éxito del proyecto es empoderar a la comunidad mediante el involucramiento en la gestión de sus recursos, lo que facilitará el turismo en la zona cambiando su estilo de vida y generando beneficios para toda población, sin distinción de ningún tipo.

3.4. Financiamiento y presupuesto

El presente proyecto se estima tendrá financiamiento fiscal del Presupuesto General del Estado como principal fuente de financiamiento y obtendrán apoyo de la comunidad en otros rubros de menor cantidad. El presupuesto necesitado es de \$290.655,65, donde el financiamiento fiscal es de \$245.855,65 que serán gestionados a través del GAD parroquial de Santa Ana y los \$44.800,00 que corresponden a la mano de obra serán cubiertos por la comunidad ya que, ellos están dispuestos a servir como trabajadores de obra.

Tabla 35

Fuentes de financiamiento

Componentes / Rubros	Grupo de gasto	Fuentes de financiamiento (dólares)					Total
		Externos		Internos			
		Crédito	Cooperación	Crédito	Fiscales	Aporte de la comunidad	
Componente 1.- ASOCIATIVIDAD para mejorar la distribución de los recursos.	73				\$ 2.000,00		\$ 2.000,00
C1A1.- Ejecutar programas de fortalecimiento organizativo comunitario enfocado al turismo.	73				\$ 1.000,00		\$ 1.000,00
C1A2.- Evaluar los programas de fortalecimiento organizativo comunitario	73				\$ 1.000,00		\$ 1.000,00
Componente 2: GESTION para regular, planificar, gestionar, promocionar la actividad turística de la parroquia y capacitar a los prestadores de servicios turísticos.	73				\$ 42.389,08		\$ 42.389,08
C2A1.- Definir e implementar herramientas para la autogestión de los espacios turísticos en las comunidades.	73				\$ 4.000,00		\$ 4.000,00
C2A2.- Desarrollar capacitaciones para formar el talento humano del sector turístico de la parroquia.	71				\$ 1.000,00		\$ 1.000,00
C2A3.- Generar publicidad turística en medios de comunicación y redes sociales.	73				\$ 37.389,08		\$ 37.389,08
Componente 3.- INFRAESTRUCTURA para facilitar la creación de productos turísticos de calidad.	73				\$148.103,62	\$44.800,00	\$192.903,62
C3A1: Mejorar la conexión y la accesibilidad a los atractivos turísticos.	73				\$94.173,94	\$22.400,00	\$116.573,94
C3A2: Intervenir en las condiciones físicas de los atractivos turísticos para que puedan ser integrados en los productos turísticos.	73				\$53.929,68	\$22.400,00	\$76.329,68
Total					\$192.492,70	\$44.800,00	\$237.292,70

Nota. El grupo 71 de gasto es “gastos en personal para inversión” y el grupo 73 es “bienes y servicios para inversión”

3.5. Estrategia de ejecución

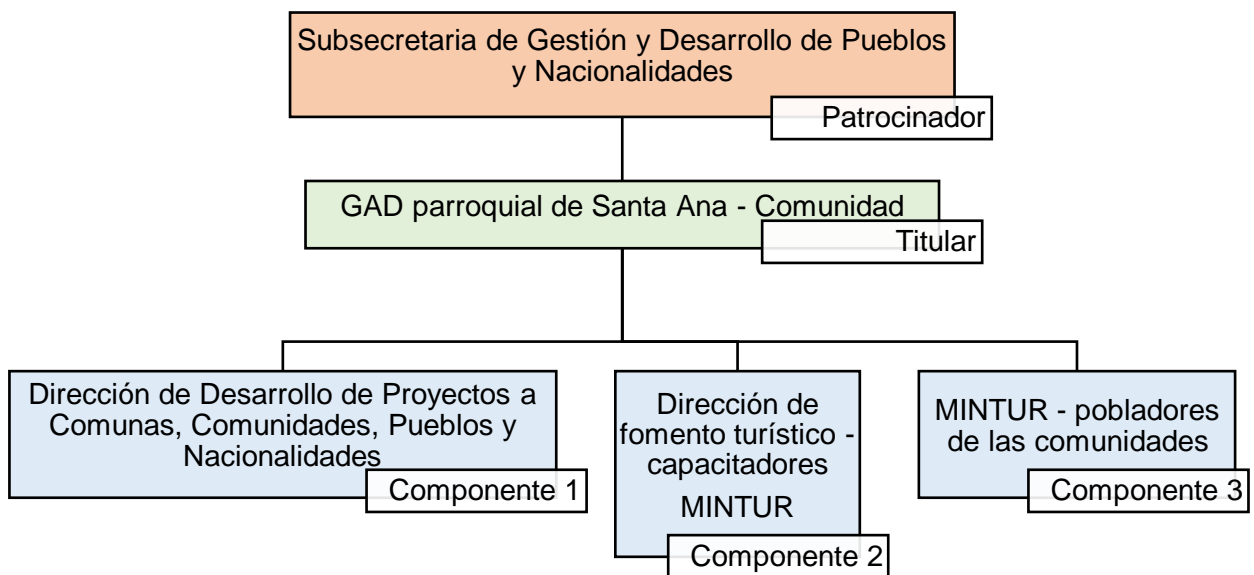
3.5.1. Estructura operativa

La estructura operativa de un proyecto define su reglamento operativo, estableciendo los procesos, actividades y estrategias de ejecución. De modo que, la estructura operativa es una herramienta de planificación que asegura que la entrega de bienes y servicios se dé de manera óptima.

Las actividades establecidas en el presente proyecto están alineadas con los objetivos del Ministerio de Turismo. Sus operaciones estarán a cargo del GAD Parroquial de Santa Ana en conjunto con las comunidades de Auquilula, Centro Parroquial, Dizha la Dolorosa, El Salado, San Antonio de Trabana y Tepal. Su estructura operativa estará definida por un nivel directivo superior, un nivel de apoyo y un nivel operativo.

Figura 43

Organigrama estructural del proyecto



Nota. El primer nivel del organigrama estructural del proyecto hace referencia al patrocinador, el segundo nivel se refiere al titular y el tercer nivel a los ejecutores.

3.5.2. Arreglos institucionales y modalidad de ejecución

Arreglos institucionales

Para ejecutar los componentes uno y dos del presente proyecto es necesario mantener convenios de compromiso con instituciones que impulsen el turismo en las comunidades participantes y motivar a otras a incursionar en la actividad. La ejecución del componente tres será realizada entre MINTUR y los pobladores de las comunidades, quienes deben presentar informes del avance del proyecto. Así mismo, al finalizar el proyecto, se realizará una evaluación y comparación de la evolución de la situación económica de la población de Santa Ana, para determinar si los objetivos se cumplieron a cabalidad y establecer nuevas metodologías para que mejore su funcionamiento.

Tabla 36

Arreglos institucionales

Arreglos institucionales		
Tipo de ejecución		
Directa (D) o Indirecta (I)	Tipo de Arreglo	Instituciones involucradas
D	Acuerdo	Ministerio de Turismo
D	Acuerdo	Fundación de Turismo para Cuenca
D	Acuerdo	Academia

Modelo de gestión por componente

Componente 1.- ASOCIATIVIDAD para mejorar la distribución de los recursos. Para mejorar la asociatividad de las comunidades involucradas en el cual deben involucrarse los Gobiernos Autónomos descentralizados, los pobladores de las comunidades para mediar la solución de inconformidades en la repartición de beneficios. Esto se logrará mediante la Dirección de Desarrollo de Proyectos a Comunas, Comunidades, Pueblos y Nacionalidades quienes estará a cargo de la ejecución de los programas de fortalecimiento comunitario.

Tabla 37

Modelo de gestión componente 1

Producto	Gestores	Actores
<ul style="list-style-type: none"> Talleres de socialización Acompañamiento técnico 	<ul style="list-style-type: none"> Dirección de Desarrollo de Proyectos a Comunas, Comunidades, Pueblos y Nacionalidades 	<ul style="list-style-type: none"> GAD Pobladores de las comunidades.

UCUENCA

Componente 2.- GESTION para regular, planificar, gestionar, promocionar la actividad turística de la parroquia y capacitar a los prestadores de servicios turísticos. Para lograr una correcta gestión del turismo se debe tener un ente regulador encargado de la planificación y control de la actividad. Este ente está a cargo del GAD parroquial de Santa Ana mediante la dirección de fomento turístico con alineación con los objetivos del Ministerio de Turismo. Además, en el nivel operativo, las capacitaciones las realizaran gestores de la academia con quienes se mantiene convenios, donde el proceso está dado por las etapas de diagnóstico, planificación y seguimiento.

Tabla 38

Modelo de gestión componente 2

Producto	Gestores	Actores
<ul style="list-style-type: none"> Herramientas para la autogestión Capacitaciones para formar el talento humano del sector turístico de la parroquia. Publicidad turística 	<ul style="list-style-type: none"> Coordinación zonal 6 Academia Fundación turismo para Cuenca GAD parroquial rural de Santa Ana 	<ul style="list-style-type: none"> Gremios Industria turística Pobladores de la comunidad

Componente 3.- INFRAESTRUCTURA para facilitar la creación de productos turísticos de calidad. La importancia de este componente radica en optimizar e intervenir los espacios con potencial que cuenta la parroquia mediante la implementación de facilidades turísticas conjugándolas para ofrecer productos turísticos.

Tabla 39

Modelo de gestión componente 3

Producto	Gestores	Actores
<ul style="list-style-type: none"> Productos turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> MINTUR Pobladores de las comunidades 	<ul style="list-style-type: none"> Consumidor final

UCUENCA

3.5.3. Cronograma valorado por componentes y actividades

Tabla 40

Cronograma valorado por fuente y componente anual 2024-2025 (dólares)

Componentes / Rubros	Cronograma valorado por componente y fuentes de financiamiento (dólares)										Total
	Externos					Internos					
	Crédito		Cooperación		Crédito	Fiscales		Aporte de la comunidad			
Año	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025	
Componente 1.- ASOCIATIVIDAD para mejorar la distribución de los recursos.							\$1.000,00	\$1.000,00			\$ 2.000,00
C1A1.- Ejecutar programas de fortalecimiento organizativo comunitario enfocado al turismo.							\$500,00	\$500,00			\$ 1.000,00
C1A2.- Evaluar los programas de fortalecimiento organizativo comunitario							\$500,00	\$500,00			\$ 1.000,00
Componente 2: GESTION para regular, planificar, gestionar, promocionar la actividad turística de la parroquia y capacitar a los prestadores de servicios turísticos.							\$21.194,54	\$21.194,54			\$42.389,08
C2A1.- Definir e implementar herramientas para la autogestión de los espacios turísticos en las comunidades.							\$2.000,00	\$2.000,00			\$4.000,00
C2A2.- Desarrollar capacitaciones para formar el talento humano del sector turístico de la parroquia.							\$500,00	\$500,00			\$1.000,00

UCUENCA

C2A3.- Generar publicidad turística en medios de comunicación y redes sociales.

\$18.694,54 \$18.694,54 \$37.389,08

Componente 3.- INFRAESTRUCTURA para facilitar la creación de productos turísticos de calidad.

\$30.943,08 \$117.160,54 \$16.800,00 \$28.000,00 \$192.903,62

C3A1: Mejorar la conexión y la accesibilidad a los atractivos turísticos.

\$8.724,75 \$85.449,19 \$8.400,00 \$14.000,00 \$116.573,94

C3A2: Intervenir en las condiciones físicas de los atractivos turísticos para que puedan ser integrados en los productos turísticos.

\$22.218,33 \$31.711,35 \$8.400,00 \$14.000,00 \$76.329,68

Total

\$53.137,62 \$139.355,08 \$16.800,00 \$28.000,00 \$237.292,70

3.5.4. Demanda pública nacional plurianual

Tabla 41

Demanda pública nacional plurianual

Demanda pública plurianual										
Código categoría CPC	Tipo compra	Detalle del producto	Cantidad anual	Unidad	Costo unitario (dólares)	Origen de los insumos		Monto para contratar		Total
						Nacional	Importado	Año 1	Año 2	
Componente 1.- ASOCIATIVIDAD para mejorar la distribución de los recursos.								1.554,71	445,30	2.000,00
3814019114	Bien	Pizarrones de tiza líquida 0,80*120 con pedestal	3	Número de pizarrones	130,00	390,00		390,00		390,00
36990001148	Bien	Marcador tiza líquida punta gruesa varios colores.	72	Número de marcadores	0,50	36,00		18,00	18,00	36,00
326000918	Bien	Borrador de pizarrón (plástico).	4	Número de borradores de pizarrón	1,15	4,60		2,30	2,30	4,60
381220026	Bien	Papelógrafo	200	Número de papelógrafos	0,20	40,00		20,00	20,00	40,00
8599000	Servicio	Elaboración, edición, impresión de material de apoyo	5.000	Numero de impresiones	0,03	150,00		75,00	75,00	150,00
483231014	Bien	Proyector portátil Epson 3000 lúmenes	1	Número de proyectores	659,99	659,99		330,00	330,00	659,99

715510063	Servicio	Servicio de asesoramiento legal	1	Número de contratos de asesoramiento legal	717,11	717,11	717,11	717,11	
Componente 2: GESTION para regular, planificar, gestionar, promocionar la actividad turística de la parroquia y capacitar a los prestadores de servicios turísticos.							21.194,54	21.194,54	42.389,08
8599000	Servicio	Elaboración, edición, impresión de guías y manuales.	4.650	Número de guías y manuales	0,86	4.000,00	2.000,00	2.000,00	4.000,00
92990000122	Servicio	Capacitación a la población en las ciencias de la hospitalidad	6	Número de capacitaciones por año	166,67	1.000,00	500,00	500,00	1.000,00
911360111	Servicio	Publicidad en los canales de difusión más ocupados por la demanda potencial	7	Medios utilizados para la publicidad	5.341,30	37.389,08	18.694,54	18.694,54	37.389,08
Componente 3.- INFRAESTRUCTURA para facilitar la creación de productos turísticos de calidad.							47.743,08	145.160,54	192.903,62
853400432	Servicio	Desbroce - desbosque y limpieza	1.900	m ²	0,84	1.596,00	210,00	1.386,00	1.596,00
511400013	Servicio	Replano y nivelación	500	m ²	0,55	275,00	137,50	137,50	275,00
3699004412	Bien	Tachones separadores viales (120mm x 200mm)	10.854	número de tachones separadores viales	1,50	16.281,00		16.281,00	16.281,00
9799000815	Servicio	Demarcación vial horizontal	2.711	m ²	3,80	10.301,50		10.301,50	10.301,50

9799000815	Servicio	Demarcación vial vertical	141,00	unidades de señalética verticales	126,91	17.893,88	2.522,79	15.371,09	17.893,88
15320001	Bien	Materiales rocosos	505	m ³	19,63	9.915,16	3.446,50	6.468,66	9.915,16
3160013	Bienes	Estructuras prefabricadas de madera	102	m ³	41,82	4.265,90	2.751,31	1.514,59	4.265,90
3160012	Bienes	Pingos de madera	1.999	número de pingos	1,09	2.177,10	955,50	1.221,60	2.177,10
38700001	Servicio	Caseta de cobro prefabricada	3	numero de casetas de cobro	1.741,50	5.224,50	1.741,50	3.483,00	5.224,50
54270021	Servicio	Construcción de áreas con facilidades turísticas	15	número de zonas con facilidades turística	3.471,26	52.068,90	18.118,14	33.950,76	52.068,90
2716001139	Bien	Carpas para comerciantes y artesanos	12	número de carpas	84,57	1.014,84	1.014,84		1.014,84
314200111	Bien	Tabla cantonera	100	número de tablas cantoneras	0,45	45,00	45,00		45,00
542700212	Servicio	Mano de obra	80	número de trabajadores	560,00	44.800,00	16.800,00	28.000,00	44.800,00
532110024	Servicio	Mantenimiento de carretera	26.614,71	m ³	1,02	27.044,84		27.044,84	27.044,84

3.6. Estrategia de seguimiento y evaluación

3.6.1. Seguimiento a la ejecución

Para dar seguimiento de manera precisa a la ejecución del proyecto, el equipo a cargo presentará periódicamente un informe acerca de los avances que se obtenga tomando como referencia al marco lógico. De esta manera se podrá obtener un seguimiento a detalle de las actividades que se estén llevando a cabo junto con los indicadores correspondientes permitiendo incluso tomar decisiones de manera oportuna para mejorar la ejecución de dichas actividades para así garantizar la obtención de resultados. En este caso los informes serán elaborados por los funcionarios que se contrató para cada actividad, cuya aprobación estará a cargo del coordinador del proyecto.

El ente encargado de hacer el seguimiento del proyecto es la Dirección de Planificación, Seguimiento y Evaluación del Ministerio de Turismo, dicho seguimiento informará si se está cumpliendo a cabalidad con los objetivos propuestos y si se mantiene dentro del presupuesto asignado. Igualmente se harán seguimientos generales de manera constante gracias a herramientas de planificación.

3.6.2. Evaluación de resultados e impactos

Para la evaluación se empleará instrumentos de planificación con los que se dará seguimiento semestral a los resultados para obtener una evaluación objetiva de los indicadores propuestos en el marco lógico y constatar el cumplimiento de los objetivos planteados en el tiempo establecido y con el presupuesto asignado.

Para la evaluación final, el equipo a cargo se integrará por el mismo del proyecto y será revisado y aprobado por el coordinador del proyecto. Este plan de seguimiento y evaluación se detalla a continuación:

Tabla 42

Plan de seguimiento y evaluación

Parámetro de medición	Tipo de indicador	Aplicabilidad del plan	Instrumento	Tiempo para la ejecución del plan
Fin	Impacto	Evaluación	Informe del equipo del proyecto aprobado por el coordinador	Anual y final

Propósito	Resultado	Evaluación	El equipo del proyecto mediante herramientas de planificación y seguimiento evaluará el cumplimiento de las metas propuestas	Anual y final
Componentes	Producto	Seguimiento	Informe de los funcionarios contratados aprobado por el coordinador	Mensual, trimestral, anual y final
Presupuesto	Inversión	Seguimiento y evaluación	El seguimiento y la evaluación será realizado por la Dirección de Planificación, Seguimiento y Evaluación del Ministerio de Turismo	Mensual, trimestral, semestral, anual y final

CONCLUSIONES

En el diagnóstico de la situación actual de la parroquia Santa Ana, se evidenció que la implementación de este proyecto turístico se ajusta a sus necesidades de inclusión social y económica, ya que posee recursos naturales y paisajísticos que no se aprovechan correctamente. Aunque la parroquia ya ha tenido una breve incursión turística por la popularidad de la época de la COVID-19, no todos sus pobladores están de acuerdo con su implementación porque no han visto beneficios. De modo que, para crear oportunidades económicas en el área turística que aporten al desarrollo de la población de la parroquia, es necesario un proyecto como el planteado en este estudio de viabilidad, puesto que fortalece su asociatividad, gestión e infraestructura.

De acuerdo con el estudio de mercado realizado, para que Santa Ana logre atraer más visitantes requiere de una infraestructura turística con bienes y servicios enfocados en el deporte de aventura y la naturaleza. Así mismo, los pobladores de la parroquia desean modificar los espacios con recursos naturales sobresalientes para que sean más atractivos. Sin embargo, las peticiones de los dos grupos no coinciden en algunos puntos, por lo que, el proyecto presentado conjuga las dos propuestas para crear un diseño que se acople con las opciones más convenientes para ambas partes.

Otro punto importante que recalcar es el financiamiento que se desea obtener mediante inversores para apoyar a aquellos actores que buscan conseguir capital para desarrollar sus propios emprendimientos aprovechando la ventana de oportunidades que representaría implementar un proyecto de inversión turística en la parroquia. De manera que, es de vital importancia que el presente estudio tenga el mayor alcance posible no solo para llamar la atención de entidades públicas, sino también de la empresa privada. Debido a que son agentes clave para la financiación y el apoyo a emprendedores que generan productos y negocios interesantes para los turistas, motivándolos a que visiten la parroquia y otorgándole un valor agregado a las rutas propuestas.

Para el diseño del proyecto se consideraron tres componentes que corresponden a una solución a los problemas de la etapa de diagnóstico. Como resultado, las relaciones entre los pobladores, así como sus habilidades, serán mejoradas y potenciadas para convertirlos en los gestores de un destino estructurado con productos y servicios de calidad. En consecuencia, se realizaron dos rutas turísticas donde se integran las 6 comunidades mejor organizadas, con más apoyo al proyecto y con mayor potencial turístico.

UCUENCA

Para la ejecución del proyecto, es necesario adecuar los atractivos para que puedan prestar servicios, así como conectar a las comunidades con una oferta de actividades turísticas. Su tiempo de ejecución es de dos años en los que, estarán incluidos talleres de fortalecimiento comunitario, publicidad, creación de productos turísticos y capacitaciones en las ciencias de la hospitalidad y autogestión. Como resultado, el proyecto responde a las necesidades de la parroquia con las peticiones de la población potencialmente demandante para generar oportunidades económicas mediante el turismo.

Como conclusión, de las tres propuestas comparadas, el diseño del proyecto presentado es el más viable, puesto que es el único que tiene una tasa interna de retorno (24%) mayor a su tasa de descuento. De modo que, al implementar otra opción, los beneficios que ésta genere no justifican la inversión realizada. Además, no realizar la propuesta del proyecto planteada, representa para la parroquia un descenso de los visitantes, por lo tanto, también una disminución de ingresos monetarios.

RECOMENDACIONES

- La etapa de diagnóstico demostró que la parroquia tiene una división causada por la distribución de los recursos, por lo que, se recomienda al GAD parroquial rural de Santa Ana dar mayor atención y seguimiento a las propuestas hechas por los miembros de las comunidades más alejadas del Centro Parroquial.
- En cuanto a las comunidades no participantes en el proyecto, se les recomienda dar mantenimiento a sus recursos naturales y dirigir más esfuerzos en su conservación.
- Si bien es cierto, el GAD parroquial rural de Santa Ana tiene personal a cargo de proyectos enfocados en distintas áreas, siendo la oficina de planificación territorial la más relacionada al ámbito turístico, sin embargo, se recomienda crear un departamento especializado en el manejo del turismo de la parroquia ya que se ha vuelto un problema frecuente encontrar proyectos que fracasan o no se desarrollan por la falta de profesionales que estén involucrados directamente en los temas del área turística y gestión de propuestas de esta índole.
- Las alianzas son un punto importante para el desarrollo de la actividad turística, de manera que se recomienda al GAD parroquial rural de Santa Ana afianzar lazos con la prefectura del Azuay y el municipio de Cuenca para que a través del apoyo local y en conjunto con el MINTUR, fortalecer el destino Santa Ana.
- La publicidad es una herramienta que permite potenciar permanentemente los destinos, por lo que se recomienda crear un centro de promoción turística que se enfoque en asociarse con agencias de viajes a nivel nacional y con operadoras minoristas o mayoristas a nivel internacional para poner en el mapa al destino Santa Ana.
- Una vez finalizado el periodo del proyecto, se recomienda incentivar a más comunidades a incluirse para diversificar la oferta turística.

Referencias

- Albornoz, M., Gómez, M., Silva, D., y López Gómez, A. (2022). El COVID 19 y el turismo ecuatoriano, impactos en el sector hotelero. *Boletín de Coyuntura*, (35), 7-15. <https://doi.org/10.31243/bcoyu.35.2022.1849>
- Cabanilla, E., Lastra, X., Molina, E., Pazmiño, J., y Táneez, A. (2020). *Encuesta sobre el comportamiento de los residentes en Ecuador que visitan Quito*. [Archivo PDF]. [https://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/LOTAIP2020/web/Perfil_residentes_EC_a_Quito-2019%20\(3\).pdf](https://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/LOTAIP2020/web/Perfil_residentes_EC_a_Quito-2019%20(3).pdf)
- Camino, S., Cuenca, G., Cunalata, C., y Orellana, Z. (2021). Estudio sectorial: Efectos del covid-19 en el sector turismo. *Superintendencia de Compañías, Valores y Seguro; Dirección Nacional de Investigación y Estudios*.
- Caraballo Colmenares, R. (2007). La andragogía en la educación superior. *Investigación y postgrado*, 22(2), 187-206.
- Centro de Estudios Superiores en Turismo. (2012). *Metodología de perfil y satisfacción del turista en México*. Secretaría de Turismo. [Archivo PDF]. https://www.ecorfan.org/actas/A%20T%20III/A%20TIII_10.pdf
- Comité de Senderos de la Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada. (2004). *Manual de senderismo*. [Archivo PDF]. <https://www3.uji.es/~sidro/personal/EI%20manual%20de%20senderismo.pdf>
- Díaz, G. (2017). Turismo y desarrollo local. *PASOS*, 15(2), 333-340. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2017.15.021>
- Freire Chaglla, S. (2016). *Ruta rural participativa para consolidar organizaciones de largo plazo*. [Archivo PDF]. https://www.academia.edu/60358164/Ruta_rural_participativa_para_consolidar_organizaciones_de_largo_plazo
- Fundación de Turismo para Cuenca. (2020). *Plan de Turismo para Cuenca 2020-2024 LIBRO 1: Metodologías*. [Archivo PDF]. <http://cuencaecuador.com.ec/sites/default/files/Libro%201%20revMAO%2010.08.2020.pdf>

- Fundación de Turismo para Cuenca. (2020a). *Plan de Turismo para Cuenca 2020-2024 LIBRO 2: Resultados*. [Archivo PDF]. <http://cuencaecuador.com.ec/es/plan-deturismo-2020-2024>
- Fundación Municipal Turismo para Cuenca. (2020b). *Informe Gestión primer semestre*. [Archivo PDF]. <http://cuencaecuador.com.ec/sites/default/files/3%20Informe%20de%20gestion%20i nstitucional%202020.pdf>
- Ganuza, E., Olivari, L., Paño, P., Buitrago, L., y Lorenzana, C. (2010). La democracia en acción. Una visión desde las metodologías participativas. *Antígona*. <http://hdl.handle.net/10261/79311>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Santa Ana. (2019). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2019 – 2023*. https://santana.gob.ec/images/cuentas2019/PDOT_SANTA_ANA_2019-2023.pdf
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Santa Ana. (2022). *Planificación Operativa 2022 (POA 2022)*. Unidad de Planificación y Proyectos. https://santana.gob.ec/images/cuentas2022/4._POA_2022_GAD_FINAL_REFORMA DO.pdf
- Gómez, P., Pinzón, B., Siu, F. y Serra, L. (2013). Comunidades de aprendizaje en el contexto de la educación andragógica. *Impacto científico* 8(1), 161-169.
- Grupo de Investigación en Economía Regional. (2019). *Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Anual Año 2019*. [Archivo PDF]. <http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticasperiodos-20152019>
- Gudiño Paredes, M. (2009). El turismo cultural. Análisis de la oferta y demanda en Michoacán. *Revista Galega de Economía*, 18(2), 1-7.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Proyecciones referenciales de población a nivel cantonal-parroquial 2010-2020*. [Excel]. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Proyecciones_Poblacionales/proyeccion_cantonal_total_2010-2020.xlsx

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2021). *Registro Estadístico de Matrimonios y Divorcios*. [Archivo PDF]. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Matrimonios_Divorcios/2022/Principales_resultados_MYD_2022.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2022). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), 2022*. [Archivo PDF]. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2022/Anual/Bolet%C3%ADn%20t%C3%A9cnico%20anual%20enero-diciembre%202022.pdf>
- Kieffer, M. (2018). Turismo Rural Comunitario y organización colectiva: un enfoque comparativo en México. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio cultural*, 16(2), 429-441.
- Madera Pacheco, J. A. (2020). Turismo rural: desafíos de las comunidades rurales en el contexto del COVID-19. *Dimensiones Turísticas*, 4(7), 181-190.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2018). *Manual metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos*. [Archivo PDF]. https://servicios.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/Manual-de-Atractivos-Turisticos_compressed.pdf
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2020). *Manual de señalización Turística*. [Archivo PDF]. https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/MANUAL-SENALETICO-ok-2020_compressed.pdf
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2022). *Consolidado Nacional 2022*. Recuperado del sitio web. <https://servicios.turismo.gob.ec/portfolio/catastro-turistico-nacional>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (28 de julio de 2022). *Reactivación económica: el turismo deja cifras positivas en lo que va de 2022*. Recurado del sitio web. <https://www.turismo.gob.ec/reactivacion-economica-el-turismo-deja-cifras-positivas-en-lo-que-va-de-2022/>
- Organización Mundial del Turismo. (2019). Definiciones de turismo de la OMT. *World Tourism Organization*. <https://doi.org/10.18111/9789284420858>

- Organización Mundial del Turismo. (2020). Turismo y el desarrollo rural. *World Tourism Organization*. <https://www.unwto.org/es/turismo-rural>
- Ravallion, M. (2010). The Developing World's Bulging (but Vulnerable) Middle Class. *ELSEVIER*, 38(4). 445-454. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2009.11.007>
- Redacción El Mercurio. (22 de mayo de 2022). La "Quebrada Oscura" de Santa Ana. *ELMERCURIO*. <https://elmercurio.com.ec/2022/05/22/la-quebrada-oscura-de-santa-ana/>
- Secretaría Nacional de Planificación. (s. f.). *Guía para la presentación de programas y proyectos de inversión pública*. [Archivo PDF]. <https://www.secretariadelamazonia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/02/ANEXO-1-Gui%CC%81a-metodolo%CC%81gica-para-la-presentacio%CC%81n-de-proyectos-de-inversio%CC%81n-pu%CC%81blica.pdf>
- Serrano Lopez, A. L., Freire Chaglla, S. A., Sanmartín Rojas, I. D., Espinoza Figueroa, F. E., Farfan Pacheco, L. K., y Villafuerte Pucha, M. E. (2018). *Boletín de indicadores turísticos del cantón Cuenca*. Departamento de Investigación, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad.
- Valdez Pineda, D. I., y Ochoa Silva, B. (2015). *Turismo Rural*. ITSON. <https://www.itson.mx/publicaciones/Documents/ciencias-economico/turismorural.pdf>

Anexos

Anexo A. Diseño de trabajo de titulación aprobado por el consejo directivo

UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD
CARRERA DE TURISMO



**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA POSIBLE IMPLEMENTACIÓN DE UN
PROYECTO DE INVERSIÓN EN MATERIA DE TURISMO EN LA
PARROQUIA SANTA ANA, CUENCA, ECUADOR**

**TRABAJO DE INTERVENCIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN TURISMO**

AUTORES:

JENNIFER MARISOL AUCAPIÑA SANGURIMA
C.I.: 0107049926

ÁNGEL XAVIER DÉLEG ROMERO
C.I.: 0106046329

DOCENTE TUTOR:

Eco. SEGUNDO FREIRE Mg.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

ECONOMÍA, COMERCIALIZACIÓN E INTERVENCIÓN PÚBLICA EN EL
ÁMBITO TURÍSTICO Y DE LA HOSPITALIDAD.

CUENCA, FEBRERO 2023



1. TÍTULO

Estudio de viabilidad para la posible implementación de un proyecto de inversión en materia de turismo en la parroquia Santa Ana, Cuenca, Ecuador.

2. NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES/ CORREOS ELECTRÓNICOS

Jennifer Aucapiña / jennifer.aucapina@ucuenca.edu.ec

Xavier Déleg / xavier.deleg@ucuenca.edu.ec

3. RESUMEN DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN

El presente proyecto de intervención tiene como objetivo convertirse en un estudio que posibilite la implementación de un proyecto de inversión turística en la parroquia Santa Ana de la ciudad de Cuenca, presentándose como una iniciativa de inclusión turística para los pobladores de las 21 comunidades de la parroquia. De modo que, la participación conjunta de las autoridades locales y los actores del turismo en la propuesta de proyectos es primordial, puesto que se obtiene un producto adaptado a la medida del territorio. Además, es necesario realizar un estudio técnico que evalúe el potencial turístico de la zona y determine la posibilidad de materializar con éxito las ideas que proponen para su desarrollo turístico.

Para abordar esta problemática se pretende en primer lugar realizar el diagnóstico de la situación turística-social con una metodología participativa en conjunto con los habitantes de la parroquia. A continuación, se determinará la viabilidad técnica para formular la propuesta del proyecto de inversión, empleando el instrumento de marco lógico. Finalmente, se realizará el análisis integral abordando la viabilidad en todos sus aspectos con una metodología cuantitativa de manejo de datos secundarios y análisis del contenido.

Con este proyecto se pretende determinar si se puede fortalecer la economía de las 21 comunidades de Santa Ana mediante una propuesta turística que logre una alianza entre las iniciativas aisladas que tiene cada una y así aprovechar los recursos que poseen de manera conjunta. Además, obtener inversión del estado mediante este proyecto turístico que tiene como prioridad buscar la sostenibilidad a la hora de considerar los impactos sociales y ambientales que pueda provocar. Así mismo, este estudio llevará un formato técnico establecido por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) para ser presentado como un proyecto de inversión prioritaria. Del mismo modo, académica y profesionalmente aspira a convertirse en un documento base para futuros proyectos turísticos que se quieran implementar en la parroquia Santa Ana.

4. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN

La industria turística es considerada a nivel mundial como un mecanismo de disminución de pobreza y aporte a la economía, debido a que incrementa la calidad de vida mediante la generación de nuevos empleos de la población y es una base de producción de divisas para los países. En consecuencia, los sectores públicos y privados se ocupan de generar productos y servicios que beneficien tanto a la población como al turista para seguir fomentando esta actividad económica (Martelo et al., 2019). De tal manera que, dichos sectores precisan de una descripción ordenada y documentada de las iniciativas con propósitos de turismo, a esto se le define como proyecto turístico (Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo et al., 2008).

En Ecuador, el turismo rural se ha mantenido posicionado como la segunda tipología más elegida por la población local desde hace varios años (Molina et al., 2022). Este favoritismo ha generado el interés de varias parroquias rurales por incursionar en esta actividad como una solución a las necesidades económicas de las familias de las comunidades que las integran. En este sentido, la parroquia Santa Ana ha mostrado un gran interés en seguir los ejemplos de



desarrollo turístico de otras localidades de la ciudad, llevando a cabo esta actividad, pero de manera empírica y dispersa entre sus comunidades. De modo que, necesita un proyecto que unifique de manera técnica las iniciativas aisladas de las mismas para así involucrarlas de manera participativa en la generación de la propuesta y conformar una alianza que beneficie a todos los participantes.

Es importante señalar que, para materializar las ideas turísticas de una localidad, se requiere de una inversión inicial a partir de la adquisición o uso de bienes o servicios con proyección de generar ganancias a futuro (Parra y Calero, 2006). Considerando esto, la parroquia Santa Ana desea un proyecto de inversión turística que asegure la generación de utilidades para todos los actores involucrados. De modo que, requiere de un estudio de viabilidad para la posible implementación de un proyecto de inversión turística que cumpla con todas las pautas y los formatos preestablecidos por la SENPLADES para ser considerado como un proyecto de inversión prioritaria en la Secretaría Técnica de Planificación "Planifica Ecuador".

Finalmente, la informalidad de la actividad turística puede afectar los recursos de Santa Ana en mayor proporción que las ganancias que podría obtener, puesto que existen varios factores que se deben tomar en cuenta antes de efectuar turismo en la zona (Martelo et al., 2019). Es así que, el estudio previo a la planificación de la posible implementación de un proyecto de inversión en materia de turismo, es de vital importancia, ya que es necesario determinar la viabilidad del mismo, así como considerar los impactos que podría tener en el entorno, asegurando de esta manera que las condiciones sean aptas para un desarrollo turístico adecuado que sea sostenible en el tiempo.

5. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

La viabilidad se considera como el grado de posibilidad de llevar a cabo o no un proyecto, y que este pueda mantener cierta continuidad en el tiempo. De manera que, se consideran los recursos necesarios, los disponibles, la

capacidad para obtenerlos y si cuenta con los suficientes medios para ejecutar la idea (García, 2017).

Un estudio de viabilidad de proyectos es aquel proceso que analiza de manera cuantitativa y monetaria el costo de la posible operación del mismo y los factores que influyen en su crecimiento, esto permite evaluar la rentabilidad del proyecto de negocio y determinar los potenciales beneficios (González et al., 2008).

Así mismo, un estudio de viabilidad comprende un conjunto de técnicas utilizadas para diagnosticar la situación y perspectivas de la empresa con el fin de poder tomar decisiones adecuadas (Amat, 2008). Permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos y egresos que generará y la manera cómo se financiará (Carrera, 2016).

Para la implementación de una idea es necesario de un estudio de viabilidad previo, ya que, implica un estudio de todo a través del conocimiento de cada uno de sus componentes, para ello se toman datos de diferentes fuentes, recursos y bajo un contexto particular, se genera información, que, a su vez, puede ser una herramienta de toma de decisión (García, 2015).

Para materializar una idea de proyecto de manera adecuada es importante realizar un estudio previo que permita detectar las dificultades futuras para anticipar la situación económica, financiera, social, ambiental y aplicar soluciones para solventarlas (Ochoa et al., 2018).

Un factor importante a considerar para desarrollar un proyecto es el estudio de mercado, el cual es una investigación o un método utilizado por diferentes empresas con el fin de poder analizar diversos aspectos tales como hábitos de compras, necesidades primordiales que influyen en los potenciales clientes. Su finalidad es generar un panorama comercial claro y una herramienta básica para poder descubrir nuevas oportunidades (Díaz y Cavazos, 2015).



De modo que, al estudiar el target y el nuevo producto, se identifican los beneficios de la aplicación de distintos cambios y estrategias para poder lograr un fin más lucrativo y lograr mejorar su posicionamiento (Díaz y Cavazos, 2015).

El mercado se encuentra, en cambio, constante, por lo que, las empresas se ven obligadas a innovar y diversificar sus productos o servicios, en consecuencia. La recolección de información resulta indispensable, puesto que, un estudio de mercado contribuye en el mejoramiento de productos o servicios de acuerdo a las necesidades del consumidor (Chila, 2017).

Además de conocer las necesidades del consumidor, un estudio de mercado ayuda a conocer si es oportuno implementar un nuevo producto o servicio, estudiando la demanda, la competencia y los precios del sector (Suárez, 2020).

El turismo no solo ofrece productos tangibles como los atractivos, el alojamiento y la alimentación, sino que también se destaca por ofrecer experiencias y emociones a través de los servicios, lo que se convierte en la motivación principal del visitante de por la atención que el sitio ofrece (Servicio Nacional de Turismo, 2015).

Además de conservar los atractivos, un turismo responsable aporta a la revalorización de las manifestaciones culturales de una comunidad. (Molina, 2019).

El turismo en zonas rurales es una oportunidad de desarrollo para la población, otorgando beneficios económicos y generando empleo para la comunidad, así como el aprovechamiento y conservación del medio ambiente (Oyarvide et al., 2016).

6. OBJETIVOS, METAS, TRANSFERENCIA DE RESULTADOS E IMPACTOS

6.1. Objetivo general

Elaborar un estudio de viabilidad para la posible implementación de un proyecto de inversión en materia de turismo en la parroquia Santa Ana, Cuenca, Ecuador.

6.2 Objetivos específicos

1. Diagnosticar la situación turística - social de la parroquia Santa Ana, de manera participativa con las 21 comunidades.
2. Determinar la viabilidad técnica para formular la propuesta del proyecto de inversión.
3. Realizar el análisis integral de la viabilidad financiera - fiscal, económica y ambiental del proyecto de inversión.

6.3 Metas

Contar con un estudio de viabilidad para la posible implementación de un proyecto de inversión en materia de turismo en la parroquia Santa Ana, Cuenca, Ecuador.

Crear un proyecto de inversión en materia de turismo en la parroquia Santa Ana que sea presentado como proyecto de inversión prioritaria en Planifica Ecuador.

6.4 Transferencia de resultados

El presente proyecto de intervención estará disponible en el repositorio digital de la Biblioteca Juan Bautista de la Universidad de Cuenca.

Así mismo, el presente estudio será entregado a la Junta Parroquial Rural de Santa Ana como un proyecto de intervención bien estructurado para la inversión pública en materia de turismo.



6.5. Impactos

El presente proyecto de intervención tendrá un impacto económico y social debido a que el estudio de viabilidad para la posible implementación de un proyecto de inversión en materia de turismo para la parroquia Santa Ana, en Cuenca, Ecuador, determinará la posibilidad de implementar un proyecto de inversión para desarrollar turismo en la zona que genere beneficios económicos para las 21 comunidades de la parroquia. Así como, formular una propuesta de manera participativa con los habitantes, ajustándose a la medida de sus capacidades, necesidades y recursos.

7. TÉCNICAS DE TRABAJO

El presente proyecto pretende presentar un estudio de viabilidad para la posible implementación de un proyecto de inversión en materia de turismo en la parroquia Santa Ana, por lo que sigue una estructura preestablecida por la SENPLADES, actualmente conocido como "Planifica Ecuador".

El estudio se ejecutará con técnicas e instrumentos que ayudarán a conseguir los objetivos de las siguientes etapas:

1. En la primera etapa se diagnosticará la situación turística y social de la parroquia de manera participativa con las 21 comunidades. En la cual se realizará una revisión bibliográfica previa y se tomará como línea base al levantamiento de atractivos turísticos ya existente en la parroquia, misma que se rige a la metodología que emplea el ministerio de turismo del Ecuador (MINTUR). Así mismo, se conocerá la situación social de manera participativa mediante entrevistas a los líderes de las 21 comunidades para conocer sus percepciones del turismo y lo que esperan obtener del mismo.

Además, se realizará un estudio de mercado mediante encuestas para conocer las necesidades turísticas de los futuros consumidores, el instrumento que se utilizará serán encuestas estructuradas donde el

8

cálculo de la muestra será por conglomerados aleatorios simples por cada manzana cubriendo las 15 parroquias urbanas de la ciudad de Cuenca y obteniendo probabilidades de aceptación. El tamaño de la muestra será calculado con datos obtenidos del último censo de población y vivienda año 2010, tomando como universo (N) a las 331.888 personas que viven en el área urbana.

Para el cálculo del tamaño de la muestra se considerará un nivel de confianza (Z) del 95%, su valor es una constante que depende del porcentaje de confianza, así que en este caso será 1,96. Además, tendrá un error de estimación máximo aceptado (e) del 5% y se empleará una desviación estándar de la población (σ) que equivale a 0,5. Como resultado, al aplicar la siguiente fórmula: $n = \frac{Z^2 \sigma^2 N}{e^2(N-1) + Z^2 \sigma^2}$, el valor del tamaño de la muestra (n) es 384.

2. En la segunda etapa, se determinará la viabilidad técnica del proyecto de inversión mediante el análisis de los datos previamente obtenidos con las herramientas de procesamiento de datos como SPSS y atlas T.I. A continuación, se diseñará la propuesta del proyecto de inversión en materia de turismo, basados en las percepciones y necesidades obtenidas.
3. En la tercera etapa se realizará un análisis integral de la viabilidad del proyecto de inversión, mediante la evaluación de cada uno de sus componentes; financiero-fiscal, económico y ambiental. Además, se detallará el financiamiento, presupuesto, las estrategias de ejecución, seguimiento y evaluación del proyecto de inversión.



8. BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, Dirección de Turismo de la Secretaría General del Sistema de la Integración Centroamericana, Secretaría Integración Centroamericana y Noski Consulting. (2008). *Guía práctica de contenidos para la Formulación de Proyectos Turísticos en Centroamérica*.
- Amat, O. (2008). *Análisis de estados financieros (8va edición)*. Gestión 2000. https://books.google.com.ec/books?id=IQ8owaD1NwC&printsec=frontcover&dq=estudio+financiero+segun+autores&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Carrera Palacios, V. C. (2016). *Estudio de factibilidad para la creación de un hotel boutique en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura* (Tesis de Licenciatura). Universidad Técnica del Norte. Repositorio institucional de la Universidad Técnica del Norte <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/5942/1/02%20ICA%201286%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>
- Chila Godoy, M. I. (2017). *Estudio de mercado del servicio de catering en el cantón Atacames* (Doctoral dissertation, Ecuador-PUCESE-Maestría en Administración de Empresas mención Planeación).
- Díaz Pelayo, C. A. y Cavazos Arroyo, J. (2015). *Investigación de mercados para pequeñas y medianas empresas* (1era edición). Editorial Universitaria| Libros UDG. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=eznABgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=+investigacion+de+mercado+para+medianas+y+pequeñas+empresas+pelayo+y+arroyo&ots=Aw38h_DACr&sig=1fE4GBWygqikle8Js4L5oThGsSU
- García Padilla, V. M. (2015). *Análisis financiero: un enfoque integral*. Grupo Editorial Patria.
- García, I. (2017). *Economía empresarial*.

- González Navarro, N., López Parra, E., Aceves López, J., Celaya Figueroa, R. y Beltrán Fraijo, N. (2008). *Que integra el estudio financiero en un plan de negocios*.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Resultados Censo de población*.
- Martelo Gomez, R. J., Martelo Ballesteros, Z. A. y Villabona Gomez, N. (2019). Determinación de la viabilidad de proyectos turísticos mediante el método cualitativo por puntos. *Revista Espacios*, 40(37).
- Molina-Murillo, S. A. (2019). Certificación turística sostenible y los impactos socioeconómicos percibidos por hoteles en Costa Rica. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(2), 363-372.
- Molina Velásquez, E., Cabanilla Vásconez, E., Garrido Cornejo, C. y Borja Vivero, J. F. (2022). *Estudio del comportamiento de la demanda turística interna en la reactivación post-COVID-19 en Ecuador*.
- Ochoa González, C., Sánchez Villacres, A., Andocilla Cabrera, J., Hidalgo Hidalgo, H. y Medina Hinojosa, D. (2018). El análisis financiero como herramienta clave para una gestión financiera eficiente en las medianas empresas comerciales del Cantón Milagro. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*.
<https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/analisis-financiero-ecuador.html>
- Oyarvide Ramírez, H. P., Nazareno Véliz, I. T., Roldán Ruenes, A. y Ferrales Arias, Y. (2016). Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible. *Retos de la Dirección*, 10(1), 71-93.
- Parra, E. y Calero, F. (2006). *Gestión y Dirección de Empresas Turísticas*. España: Mcgraw Hill.
- Secretaría técnica de la circunscripción territorial especial Amazónica. (s.f.). *Guía para la presentación de proyectos de inversión*.



Servicio Nacional de Turismo. (2015). *Manual paso a paso para el diseño de productos turísticos integrados.*

Suárez Rodríguez, G. P. (2020). Estudio de mercado para la implementación de un gimnasio en el Guasmo central del cantón Guayaquil (Bachelor's thesis, Instituto Superior Universitario Tecnológico Bolivariano de Tecnología.).

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=eznABgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=+investigacion+de+mercado+para+medianas+y+pequeñas+empresas+pelayo+y+arroyo&ots=Aw38h_DACr&sig=1fE4GBWygqikle8Js4L5oThGsSU

9. TALENTO HUMANO

Recurso	Dedicación	Valor por hora \$	Valor Total \$
Director	4 horas/ semana / 12 meses	12,00	576,00
Estudiante 1	20 horas semana/ 12 meses	3,00	720,00
Estudiante 2	20 horas semana/ 12 meses	3,00	720,00
Total			2016,00

10. RECURSOS MATERIALES

Cant.	Rubro	Valor \$
1000	Fotocopias	40,00
200	Impresiones	10,00
5 cajas	Mascarilla KN95	45,00
4	Alcohol 250 ml	6,00
2	Gafetes o credenciales	5,00
2	Flash memory	40,00
	Material de escritorio (carpetas, grapas, esferos, apoyamanos, etc.)	20,00
	Tramitología	30,00
	Total	196,00



11. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades	Meses												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1. Recolección y organización de la información	X												
2. Discusión y análisis de la información		X											
3. Trabajo de campo		X	X										
4. Integración de la información de acuerdo a los objetivos			X	X									
5. Redacción del trabajo				X	X								
6. Revisión final						X							

12. PRESUPUESTO

Concepto	Aporte del Estudiante \$	Otros Aportes \$	Aporte Total \$
Talento humano			2016,00
Investigadores	1440,00	576,00	2016,00
Gastos de movilización			550,00
Transporte	320,00		320,00
Subsistencia	200,00		200,00
Alojamiento	0,00		0,00
Gastos de la investigación			276,00
Insumos	0,00		0,00
Material de escritorio	156,00		156,00
Bibliografía	0,00		0,00
Internet	120,00		120,00
Equipos, laboratorios y maquinaria			70,00
Laboratorios	0,00		0,00
Computador y accesorios	40,00		40,00
Máquinas	0,00		0,00
Utensilios	0,00		0,00
Otros	30,00		30,00
TOTAL	2336,00	576,00	2912,00



13. ESQUEMA

Índice

Abstract

Agradecimiento

Dedicatoria

Introducción

Capítulo I. Diagnóstico participativo de la situación turística - social de la parroquia Santa Ana

Diagnóstico y problema

Descripción de la situación actual del área

Identificación, descripción y diagnóstico del problema

Línea base del proyecto

Análisis de la oferta y demanda

Identificación y localización del mercado meta

Ubicación geográfica e impacto territorial

Articulación con la planificación

Matriz de marco lógico

Objetivo general y objetivos específicos

Indicadores de Resultado

Marco Lógico

Capítulo II. Viabilidad técnica

Descripción de la ingeniería del proyecto turístico

16

Especificaciones técnicas

Capítulo III. Análisis integral de la viabilidad

Viabilidad financiera - fiscal

Viabilidad económica

Viabilidad ambiental

Financiamiento y presupuesto

Estrategia de ejecución

Estrategia de seguimiento y evaluación

Conclusiones

Recomendaciones

Anexos

13. ANEXOS

Carta compromiso



Oficio N° 0017-GADPRSA-2023
Santa Ana, enero 20 de 2023

Señores
Jennifer Aucapiña
Xavier Déleg
ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD
UNIVERSIDAD DE CUENCA
Ciudad

De mi consideración

En respuesta, a la petición enviada mediante correo electrónico institucional con fecha 13 de enero de 2023, según Asunto: SOLICITUD DE PERMISO PARA TRABAJO DE TITULACIÓN EN LA PARROQUIA SANTA ANA, de parte de Jennifer Aucapiña y Xavier Déleg, estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca, donde textualmente dice: "...Por medio del presente y en alcance al oficio enviado con fecha 16 de diciembre de 2022, nos permitimos solicitar muy comedidamente, respuesta a la propuesta de tesis adjunta así como la carta compromiso previamente solicitada, la cuál es fundamental para desarrollar nuestro trabajo de titulación enfocado en la viabilidad turística de la parroquia...".

Al respecto, comunico que luego de haber sido estudiado el prospecto de Diseño de Tesis por parte del Lcdo. Carlos Morales Carpio, Técnico de Planificación y Proyectos de la Institución, donde manifiesta "...que no tendría objeción alguna..." y "...desde la institución se facilitará la información que pudiera existir sin comprometer recursos y personal técnico que están comprometidos con sus respectivas actividades puntuales..."; se acepta para que realicen su trabajo de tesis en la parroquia Santa Ana los estudiantes Jennifer Aucapiña y Xavier Déleg, de acuerdo a la propuesta de Diseño de Tesis con el Título "Estudio de Viabilidad Turística para la parroquia Santa Ana", facultando continuar con los trámites pertinentes e iniciar su estudio académico en la parroquia.

Sin otro particular, suscribo.

Atentamente

Sr. Manuel Mátute Álvarez
PRESIDENTE

GAD PARROQUIAL RURAL DE SANTA ANA



C.c. Archivo
MMA/cvm

Anexo B. Fichas de ponderación de criterios de atractivos turísticos

Ficha de ponderación de criterios del atractivo “Orillas del Río Quingeo” de la comunidad Auquilula, parroquia Santa Ana

No.	Criterio de valoración	Ponderación	Análisis de la valoración
1	Accesibilidad y conectividad	5	<ul style="list-style-type: none"> Vías de segundo y tercer orden en estado regular. Existencia de servicios de transporte. Señalización nula.
2	Planta turística / complementarios	2	<ul style="list-style-type: none"> Nula existencia de servicio de alojamiento, agencias de viajes, guía, alimentos y bebida y facilidades turísticas. Existencia de servicios de transporte.
3	Estado de conservación e integración sitio / entorno	1	<ul style="list-style-type: none"> Escasas condiciones de la integridad de los atributos fisicoambientales del atractivo.
4	Higiene y seguridad turística	0	<ul style="list-style-type: none"> No dispone de servicios básicos. No cuenta con gestión ambiental. Señalización nula. No cuenta con establecimientos de atención de salud, seguridad, comunicación y amenazas naturales.
5	Políticas y regulaciones	0	<ul style="list-style-type: none"> Atractivo no considerado dentro de la planificación territorial y turística. Carece de regulaciones.
6	Actividades que se practican en el atractivo	2	<ul style="list-style-type: none"> No ofrece actividades de agua ni aire. El espacio cuenta con condiciones para realizar actividades de tierra como caminata.
7	Difusión, medios de promoción y comercialización del atractivo	0	<ul style="list-style-type: none"> El atractivo no es difundido, ni comercializado por ningún medio.
8	Registro de visitantes y afluencia	0	<ul style="list-style-type: none"> No hay ningún tipo de registro de visitas en el atractivo.
9	Recursos humanos	0	<ul style="list-style-type: none"> No hay ningún tipo de personal laborando en el atractivo.
Total		10	Recurso

Ficha de ponderación de criterios del atractivo “Iglesia Matriz de Santa Ana” de la comunidad Centro Parroquial, parroquia Santa Ana.

No.	Criterio de valoración	Ponderación	Análisis de la valoración
1	Accesibilidad y conectividad	16	<ul style="list-style-type: none"> • Vías de segundo orden en buen estado. • Existencia de servicios de transporte. • Buena señalización.
2	Planta turística / complementarios	6	<ul style="list-style-type: none"> • Nula existencia de servicio de alojamiento, agencias de viajes, guía y facilidades turísticas. • Ofrece servicio de alimentos y bebida y transporte.
3	Estado de conservación e integración sitio / entorno	7	<ul style="list-style-type: none"> • Regulares condiciones de la integridad de los atributos fisicoambientales del atractivo.
4	Higiene y seguridad turística	6	<ul style="list-style-type: none"> • Dispone de servicios básicos y un centro de salud. • No cuenta con gestión ambiental. • Buena señalización. • No cuenta con establecimientos de atención ciudadana en seguridad, comunicación y amenazas naturales.
5	Políticas y regulaciones	8	<ul style="list-style-type: none"> • Atractivo es considerado dentro de la planificación territorial y turística. • Regulaciones en actividades religiosas ligadas a un bien inmueble patrimonial.
6	Actividades que se practican en el atractivo	3	<ul style="list-style-type: none"> • No ofrece actividades de agua ni aire. • El espacio se presta para actividades religiosas.
7	Difusión, medios de promoción y comercialización del atractivo	5	<ul style="list-style-type: none"> • El atractivo es difundido como el principal atractivo inmueble y turístico de la parroquia.
8	Registro de visitantes y afluencia	0	<ul style="list-style-type: none"> • No hay ningún tipo de registro de visitas en el atractivo.
9	Recursos humanos	0	<ul style="list-style-type: none"> • El personal que labora en el atractivo no tiene instrucción en materia turística.
Total		51	Jerarquía II

Ficha de ponderación de criterios del atractivo “Loma de Dizha” de la comunidad Dizha la Dolorosa, parroquia Santa Ana

No.	Criterio de valoración	Ponderación	Análisis de la valoración
1	Accesibilidad y conectividad	12	<ul style="list-style-type: none"> • Vías de segundo orden en buen estado. • Existencia de servicios de transporte. • Señalización escasa.
2	Planta turística / complementarios	6	<ul style="list-style-type: none"> • Nula existencia de servicio de alojamiento, agencias de viajes, guía y facilidades turísticas. • Ofrece servicio de alimentos y bebida y transporte.
3	Estado de conservación e integración sitio / entorno	3	<ul style="list-style-type: none"> • Malas condiciones de la integridad de los atributos fisicoambientales del atractivo.
4	Higiene y seguridad turística	2	<ul style="list-style-type: none"> • No dispone de servicios básicos, ni establecimientos de atención ciudadana en salud, seguridad, comunicación y amenazas naturales. • No cuenta con gestión ambiental. • Señalización escasa.
5	Políticas y regulaciones	0	<ul style="list-style-type: none"> • No es considerado dentro de la planificación territorial y turística. • No cuenta con regulaciones.
6	Actividades que se practican en el atractivo	3	<ul style="list-style-type: none"> • No ofrece actividades de agua ni aire. • El espacio cuenta con condiciones para realizar actividades de tierra como caminata.
7	Difusión, medios de promoción y comercialización del atractivo	0	<ul style="list-style-type: none"> • El atractivo no es difundido, ni comercializado por ningún medio.
8	Registro de visitantes y afluencia	0	<ul style="list-style-type: none"> • No hay ningún tipo de registro de visitas en el atractivo.
9	Recursos humanos	0	<ul style="list-style-type: none"> • No hay ningún tipo de personal laborando en el atractivo.
Total		26	Jerarquía I

Ficha de ponderación de criterios del atractivo “Quebrada Oscura” de la comunidad El Salado, parroquia Santa Ana

No.	Criterio de valoración	Ponderación	Análisis de la valoración
1	Accesibilidad y conectividad	10	<ul style="list-style-type: none"> • Vías de tercer orden en estado regular. • Existencia de servicios de transporte. • Señalización baja.
2	Planta turística / complementarios	9	<ul style="list-style-type: none"> • Nula existencia de servicio de alojamiento, agencias de viajes y guía. • Escasa existencia de servicio de alimentos y bebida y facilidades turísticas. • Existencia de servicios de transporte.
3	Estado de conservación e integración sitio / entorno	12	<ul style="list-style-type: none"> • Buenas condiciones de la integridad de los atributos fisicoambientales del atractivo.
4	Higiene y seguridad turística	3	<ul style="list-style-type: none"> • No dispone de servicios básicos ni gestión ambiental. • Señalización escasa. • No cuenta con establecimientos de atención de salud, seguridad, comunicación y amenazas naturales.
5	Políticas y regulaciones	0	<ul style="list-style-type: none"> • Atractivo no considerado dentro de la planificación territorial y turística. • Carece de regulaciones.
6	Actividades que se practican en el atractivo	3	<ul style="list-style-type: none"> • No ofrece actividades de agua ni aire. • El espacio cuenta con condiciones para realizar actividades de tierra como senderismo.
7	Difusión, medios de promoción y comercialización del atractivo	3	<ul style="list-style-type: none"> • El atractivo es difundido por redes sociales y prensa de forma esporádica.
8	Registro de visitantes y afluencia	0	<ul style="list-style-type: none"> • No hay ningún tipo de registro de visitas en el atractivo.
9	Recursos humanos	0	<ul style="list-style-type: none"> • No hay ningún tipo de personal laborando en el atractivo.
Total		40	Jerarquía II

Ficha de ponderación de criterios del atractivo “Cascada Tasqui” de la comunidad San Antonio de Trabana, parroquia Santa Ana

No.	Criterio de valoración	Ponderación	Análisis de la valoración
1	Accesibilidad y conectividad	10	<ul style="list-style-type: none"> • Vías de tercer orden en estado regular. • Existencia de servicios de transporte. • Señalización escasa.
2	Planta turística / complementarios	9	<ul style="list-style-type: none"> • Nula existencia de servicio de alojamiento, agencias de viajes, guía y facilidades turísticas. • Escasa existencia de servicio de alimentos y bebida. • Existencia de servicios de transporte.
3	Estado de conservación e integración sitio / entorno	12	<ul style="list-style-type: none"> • Buenas condiciones de la integridad de los atributos fisicoambientales del atractivo.
4	Higiene y seguridad turística	3	<ul style="list-style-type: none"> • No dispone de servicios básicos ni gestión ambiental. • Señalización baja. • No cuenta con establecimientos de atención de salud, seguridad, comunicación y amenazas naturales.
5	Políticas y regulaciones	0	<ul style="list-style-type: none"> • Atractivo no considerado dentro de la planificación territorial y turística. • Carece de regulaciones.
6	Actividades que se practican en el atractivo	6	<ul style="list-style-type: none"> • No ofrece actividades de aire. • El espacio cuenta con condiciones para realizar actividades de tierra y agua.
7	Difusión, medios de promoción y comercialización del atractivo	4	<ul style="list-style-type: none"> • El atractivo es difundido por redes sociales y prensa de forma esporádica.
8	Registro de visitantes y afluencia	0	<ul style="list-style-type: none"> • No hay ningún tipo de registro de visitas en el atractivo.
9	Recursos humanos	2	<ul style="list-style-type: none"> • El personal que labora en el atractivo no tiene instrucción en materia turística.
Total		45	Jerarquía II

Ficha de ponderación de criterios del atractivo “Loma de Dizha” de la comunidad Dizha la Dolorosa, parroquia Santa Ana

No.	Criterio de valoración	Ponderación	Análisis de la valoración
1	Accesibilidad y conectividad	14	<ul style="list-style-type: none"> • Vías de segundo orden en buen estado. • Existencia de servicios de transporte. • Señalización baja.
2	Planta turística / complementarios	6	<ul style="list-style-type: none"> • Nula existencia de servicio de alojamiento, agencias de viajes, guía y facilidades turísticas. • Ofrece servicio de alimentos y bebida y transporte.
3	Estado de conservación e integración sitio / entorno	8	<ul style="list-style-type: none"> • Malas condiciones de la integridad de los atributos fisicoambientales del atractivo.
4	Higiene y seguridad turística	7	<ul style="list-style-type: none"> • Dispone parcialmente de servicios básicos. • No hay establecimientos de atención ciudadana en salud, seguridad, comunicación y amenazas naturales. • No cuenta con gestión ambiental. • Señalización baja.
5	Políticas y regulaciones	5	<ul style="list-style-type: none"> • Es considerado dentro de la planificación territorial y turística como el sitio arqueológico más representativo de la parroquia. • No cuenta con regulaciones.
6	Actividades que se practican en el atractivo	3	<ul style="list-style-type: none"> • No ofrece actividades de agua ni aire. • El espacio cuenta con condiciones para realizar actividades de tierra como caminata.
7	Difusión, medios de promoción y comercialización del atractivo	3	<ul style="list-style-type: none"> • El atractivo es difundido por redes sociales y prensa de forma esporádica.
8	Registro de visitantes y afluencia	0	<ul style="list-style-type: none"> • No hay ningún tipo de registro de visitas en el atractivo.
9	Recursos humanos	0	<ul style="list-style-type: none"> • No hay ningún tipo de personal laborando en el atractivo.
Total		46	Jerarquía I

Anexo C. Hojas de registro de participantes del diagnóstico rural participativo

“DIAGNOSTICO RURAL PARTICIPATIVO DE LA SITUACION TURISTICO SOCIAL DE LA PARROQUIA SANTA ANA”
Registro de participantes

No.	Fecha	Nombre	Edad	Comunidad	Cargo	Celular	Firma
1	01/06/23	Anna Alicia Cull	44			4030463	<i>Anna Alicia Cull</i>
2	04/06/2023	Paul San Martín	50	Dizha	Presidente	0991086261	<i>Paul San Martín</i>
3	---	Sonia Ochoa León	36	1a Dolorosa	Vicepresidenta	0939123975	<i>Sonia Ochoa León</i>
4	---	Mariana León Nieto	60	1a Dolorosa	Suplente	0981586534	<i>Mariana León Nieto</i>
5	04/06/23	América León Nieto	54	1a Dolorosa	Suplente	0981579873	<i>América León Nieto</i>
6	04/06/23	Alexandra Ochoa León	31	1a Dolorosa	Suplente	0985486108	<i>Alexandra Ochoa León</i>
7	10/06/23	Alvarez Carmel Gerardi	62	El Salado	Suplente	0999622723	<i>Alvarez Carmel Gerardi</i>
8	10/06/23						
9	10/06/23	Soselin Dageli Alvarez	19	El Salado	Suplente	096790048	<i>Soselin Alvarez</i>
10	10/06/23	Jaime Alvarez	39	El Salado	Aviataste	0980703548	<i>Jaime Alvarez</i>
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							
19							
20							
21							
22							

“DIAGNOSTICO RURAL PARTICIPATIVO DE LA SITUACION TURISTICO SOCIAL DE LA PARROQUIA SANTA ANA”
Registro de participantes

No.	Fecha	Nombre	Edad	Comunidad	Cargo	Celular	Firma
1	1/06/23	Jennifer Aucapiña	24		Testista	0984177533	<i>Jennifer Aucapiña</i>
2	1/06/23	Xavier Déleg	31		Testista	0984942162	<i>Xavier Déleg</i>
3	1/06/23	Anc Rubio	65	San Antonio de Tabana	Habitante	0990159760	<i>Anc Rubio</i>
4	1/06/23	Rosa Barba	55	San Antonio de Tabana	Habitante	0967234754	<i>Rosa Barba</i>
5	1/06/23	Ángel Dominguez	48	San Antonio	Habitante	0986137014	<i>Ángel Dominguez</i>
6	4/06/23	Álvaro Xavier	34	San Antonio de Tabana	Habitante	0989741855	<i>Álvaro Xavier</i>
7	1/06/23	Yuan Vargas	27	San Antonio de Tabana	Habitante	44030131	<i>Yuan Vargas</i>
8	4/06/23	Rocio Vasquez	55	San Antonio de Tabana	Habitante	0997689407	<i>Rocio Vasquez</i>
9	1/06/23	Marta Vasquez	57	San Antonio de Tabana	Habitante	0991798857	<i>Marta Vasquez</i>
10	1/06/23	Leon Vado	65	San Antonio de Tabana	Habitante		<i>Leon Vado</i>
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							
19							
20							
21							
22							

**“DIAGNOSTICO RURAL PARTICIPATIVO DE LA SITUACION TURISTICO SOCIAL DE LA
PARROQUIA SANTA ANA”
Registro de participantes**

No.	Fecha	Nombre	Edad	Comunidad	Cargo	Celular	Firma
1	06/10/23	Tania Alvarez	41	El Salado	Habitante	0989025496 0106035582	
2	10/06/23	Diana Alvarez	38	El Salado	Habitante	0859545882	
3	10/06/23	Manuel Alvarez	64	El Salado	Habitante	0991867680	
4	10/06/23	Florencia Guzmán	64	El Salado	Habitante	0989926086	
5	10/06/2023	Juan Zhuin	51	El Salado	Habitante	0989200486	
6	10/06/2023	Fabian Alvarez	26	El Salado	Presidente	0992352799	
7	20/06/2023	Freddy Alvarez	37	El Salado	Habitante	0939663627	
8	10/06/2023	Freddy Alvarez	38	El Salado	Habitante	09803279	
9	10/06/23	Juan Alvarez	56	El Salado	Habitante	0902249090	
10	10/06/23	Pablo Alvarez	38	El Salado	Habitante	0105571327	
11	10/06/23	Serge Forfan	37	El Salado	Habitante	0105570964	
12	10/06/23	Justin Alvarez	10	El Salado	Habitante		Justin Alvarez
13							
14							
15							
16							
17							
18							
19							
20							
21							
22							

“DIAGNOSTICO RURAL PARTICIPATIVO DE LA SITUACION TURISTICO SOCIAL DE LA PARROQUIA SANTA ANA”

Registro de participantes

No.	Fecha	Nombre	Edad	Comunidad	Cargo	Celular	Firma
1	26/06/23	Wilmer Vázquez Alvarez	30	San Antonia Tebo.		0987009977	
2	25/06/23	Dolores Parilla	62	Tepal		0989069221	
3	20/06/23	Marta Harite	39			0960221964	
4	29/06/23	Serge Mendoza.	42	Los milagros		0922254746	
5	24/06/23	Joni Latorre	63	Tepal		0983126188	
6	29/06/23	CRISTIAN ALVAREZ	38	TEPAL		0994816629	
7	25/06/23	Daniel Alvarez	74	Tepal		857 284	
8	25/06/23	José Luis Hernández	25	Tepal		0962020002	
9	25/06/23	Luis Ramón Parilla	56	Tepal		0967480896	
10	20/06/23	Patricio Parilla	56	Tepal		0961317020	
11	25/06/23	Juan Carlos Segura	29	Angulón		0989092434	
12	25/06/23	Blanca Cecilia Mendoza	46	Tepal		098876549	
13	25/06/23	Corina A. Vaneque J1	67				
14	29/06/23	Francisco Parilla	55	Tepal		0987040039	
15	29/06/23	Dolores Parilla	42	Tepal		095973185	
16	25/06/23	Marciano Mendez	60	Tepal		0961369324	
17	25/06/23	ARMANDO HARITE	54	Tepal		0961369324	
18							
19							
20							
21							
22							

“DIAGNOSTICO RURAL PARTICIPATIVO DE LA SITUACION TURISTICO SOCIAL DE LA PARROQUIA SANTA ANA”
 Registro de participantes

No.	Fecha	Nombre	Edad	Comunidad	Cargo	Celular	Firma
1	25/06/23	Gisela Alarcos	52	Tepal		0983611924	
2	25/06/23	Lisa Botente	19	Tepal		0963270882	
3	25/06/23	Comen Barja	67	Tepal		0940174	
4	25/06/23	Julia Madate	54	Tepal		0985229381	
5	25/06/23	Alonso Martute	70	Tepal			
6	25/06/23	Betha Legado Alarcos	59	Tepal		0969900461	
7	25/06/23	Benito Farfan	72	Tepal		2851175	
8	25/06/23	Elizabeth Castro	51	Tepal		0997977428	
9	25/06/23	Diana Castro	41	Tepal		0990072539	
10	25/06/23	Alfonso Polanco	46	Tepal		0994645543	
11	25/06/23	Laura Resalza	78	Tepal		851057	
12	25/06/23	Francisco Farfan	46	Tepal		0912858888	
13							
14							
15							
16							
17							
18							
19							
20							
21							
22							

Anexo D. Hojas de diagnóstico rural participativo por zonas

HOJA DE DIAGNOSTICO RURAL PARTICIPATIVO ZONA "1"			
Aspecto obra o situación	Estado en el que se encuentra		Fuente de donde se obtuvo los datos
	Concepto	Valor numérico	
Asociatividad comunal	Estrechas relaciones, buena organización y participación de la comunidad.	<ul style="list-style-type: none"> Aproximadamente 2108 personas se encuentran comprometidas con las actividades de la zona. 	Asamblea de diagnóstico zona 1
Profesionalización	El manejo del turismo se realiza de manera empírica.	<ul style="list-style-type: none"> 0 personas tienen conocimientos profesionales en el ámbito turístico. 	Asamblea de diagnóstico zona 1
Atractivos turísticos	Atractivos turísticos en mal estado físico.	<ul style="list-style-type: none"> 2 atractivos naturales con necesidad de mantenimiento, adecuaciones y con conflictos legales. 1 atractivo cultural. 	Asamblea de diagnóstico zona 1
Infraestructura	Accesibilidad y servicios básicos en mal estado.	<ul style="list-style-type: none"> Solo 1 comunidad (aproximadamente 600 personas) cuenta con servicio de agua potable permanentemente. 	Asamblea de diagnóstico zona 1
Capacidad de gasto	Los bienes comunales se obtienen mediante gestiones y no inversiones, falta de asistencia crediticia.	<ul style="list-style-type: none"> 1 comunidad cuenta con apoyo de fondos públicos para proyectos, 100% del apoyo del resto de comunidades para proyectos locales es por medio de gestiones y mano de obra en construcción. 	Asamblea de diagnóstico zona 1

HOJA DE DIAGNOSTICO RURAL PARTICIPATIVO ZONA "3"			
Aspecto obra o situación	Estado en el que se encuentra		Fuente de donde se obtuvo los datos
	Concepto	Valor numérico	
Asociatividad comunal	Existe mayor atención a las necesidades de los pobladores ubicados cerca de los lugares céntricos.	<ul style="list-style-type: none"> Más de 450 familias se encuentran ubicadas lejos del centro parroquial, de las cuales en su mayoría se encuentran distanciadas de la junta directiva de cada comunidad. 	Asamblea de diagnóstico zona 3
Profesionalización	El manejo del turismo se realiza de manera empírica.	<ul style="list-style-type: none"> 0 profesionales en el ámbito turístico. 	Asamblea de diagnóstico zona 3
Atractivos turísticos	Atractivos turísticos en mal estado físico.	<ul style="list-style-type: none"> 2 atractivos naturales con necesidad de mantenimiento y adecuaciones. 1 atractivo con conflicto legal. 	Asamblea de diagnóstico zona 3
Infraestructura	Accesibilidad y servicios básicos en mal estado.	<ul style="list-style-type: none"> 0 familias tienen servicio de alcantarillado. Solo 1 comunidad (aproximadamente 465 personas) cuenta con servicio de agua permanentemente. 1 comunidad (aproximadamente 100 familias) tiene vía de acceso a su comunidad en mal estado por deslizamientos de tierra. 	Asamblea de diagnóstico zona 3
Capacidad de gasto	Los bienes comunales se obtienen mediante gestiones y no inversiones, falta de asistencia crediticia.	<ul style="list-style-type: none"> 100% del apoyo de la comunidad para proyectos locales es a través de gestiones, rifas y mano de obra en construcción. 0% de apoyo mediante fondos públicos e inversión. 	Asamblea de diagnóstico zona 3

RESUMEN DE DIAGNOSTICO RURAL PARTICIPATIVO			
Aspecto obra o situación	Estado en el que se encuentra		Fuente de donde se obtuvo los datos
	Concepto	Valor numérico	
Asociatividad comunal	Existe diferencia en el grado de atención a las necesidades de los pobladores de la parroquia. Debido a que priorizan a las comunidades cercanas al centro parroquial.	<ul style="list-style-type: none"> • Priorización de las necesidades de los habitantes de las 7 comunidades de la zona 1. 	Asamblea de diagnóstico zona 1 y 3 / PDOT de SANTA ANA 2019-2023
Profesionalización	El manejo del turismo se realiza de manera empírica.	<ul style="list-style-type: none"> • 15,90% de la población es analfabeta, por lo que el conocimiento en turismo es escaso. En consecuencia, 0 profesionales en turismo se encuentran gestionando la actividad en los espacios más representativos de la zona. 	Asamblea de diagnóstico zona 1 y 3 / Censo de Población y Vivienda 2010
Atractivos Turísticos	Atractivos turísticos en mal estado físico.	<ul style="list-style-type: none"> • 4 atractivos naturales sobresalientes con necesidad de mantenimiento y adecuaciones a nivel parroquial. La mayoría tienen conflictos legales por el uso del suelo. • 1 atractivo cultural 	Asamblea de diagnóstico 1 y 3
Infraestructura	Accesibilidad y servicios básicos en mal estado.	<ul style="list-style-type: none"> • 26,17 km de vía está asfaltados y en buenas condiciones. • 99,09 km de vía es de lastre y se encuentra en estado regular debido al deterioro causado en la época de invierno. • Cuentan con 9 instituciones de salud. • El servicio de agua potable abarca el 92% de la parroquia, sin embargo, solo 3 comunidades cuentan con servicios de permanente. 	Asamblea de diagnóstico zona 1 y 3 / PDOT de SANTA ANA 2019-2023

UCUENCA

		<ul style="list-style-type: none"> • 28% de la parroquia tiene alcantarillado y el 72% restante cuentan con pozo séptico. • El servicio de luz cubre 96% de la parroquia. 	
Capacidad de gasto	Los bienes comunales se obtienen mediante gestiones y no inversiones, falta de asistencia crediticia.	<ul style="list-style-type: none"> • 100% del apoyo de la población para proyectos locales es por medio de rifas y mano de obra en construcciones. • Ninguna comunidad está interesada en invertir fondos propios para proyectos turísticos. 	Asamblea de diagnóstico zona 3

Anexo E. Encuesta de la demanda

UNIVERSIDAD DE CUENCA FACULTAD CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD TURISMO

Investigación sobre las preferencias turísticas

Es un placer saludarle, el motivo de la presente encuesta es conocer sus preferencias en cuanto a turismo en las parroquias rurales de Cuenca y su acercamiento a la parroquia Santa Ana. Le agradecemos de antemano por brindarnos unos minutos de su tiempo y responder de la manera más sincera las siguientes preguntas.

1.- Datos personales del encuestado

Sexo:

1. Masculino ____ 2. Femenino ____ 3. Prefiero no responder _

Edad: _____

País de origen: _____

Ciudad donde vive: _____

Parroquia en la que vive:

- | | | |
|-----------------------------|------------------------|----------------------|
| 1. Bellavista ____ | 7. Hermano Miguel ____ | 13. Sucre ____ |
| 2. Cañaribamba ____ | 8. Huaynacapac ____ | 14. Totoracocha ____ |
| 3. El Batán ____ | 9. Machángara ____ | 15. Yanuncay ____ |
| 4. El Sagrario ____ | 10. Monay ____ | 16. Ninguna ____ |
| 5. El Vecino ____ | 11. San Blas ____ | |
| 6. Gil Ramírez Dávalos ____ | 12. San Sebastián ____ | |

Estado Civil:

- | | | |
|-----------------|----------------------------------|---------------------|
| 1. Soltero ____ | 3. Divorciado /
separado ____ | 4. Viudo ____ |
| 2. Casado ____ | | 5. Unión libre ____ |

Nivel de instrucción:

1. Ninguna ____ 2. Primaria ____ 3. Secundaria ____

4. Técnica ____

5. Superior ____

6. Postgrado ____

Situación laboral:

1. Empleado privado ____

3. Negocio propio ____

5. Desempleado ____

2. Empleado público ____

4. Jubilado ____

6. Estudiante ____

Ingreso mensual:

1. Sin ingresos ____

3. \$450 – \$1000 ____

5. Más de \$2001 ____

2. Menos de un sueldo
básico ____

4. \$1001 – \$2000 ____

2.- ¿Usted está interesado en realizar turismo rural en la ciudad de Cuenca?

1. Si ____

2. No ____

3.- ¿En qué temporada prefiere hacer turismo en las parroquias rurales?

1. Entre semana ____

3. Feriados ____

5. Indistintamente ____

2. Fin de semana ____

4. Vacaciones ____

4.- ¿Con qué frecuencia hacen turismo en las parroquias rurales?

1. Semanalmente ____

3. Semestralmente ____

2. Mensualmente ____

4. Anualmente ____

5.- ¿Qué tipo de turista se considera usted? Seleccione con 1 al más importante con 1 y la segunda más importante con 2.

1. Turismo cultural ____



2. Ecoturismo ____



3. Turismo rural ____



UCUENCA

4. Turismo de aventura ____



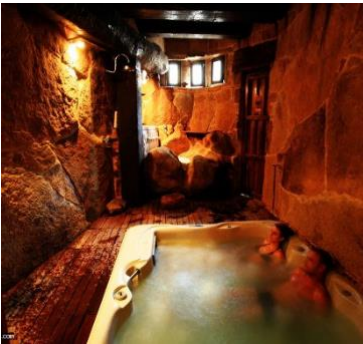
8. Turismo de negocios ____



12. Turismo educativo ____



5. Turismo de salud ____



9. Turismo gastronómico ____



13. Turismo deportivo ____



6. Turismo de bienestar ____



10. Turismo urbano ____



14. Turismo costero, marítimo y de aguas internacionales ____



7. Turismo médico ____



11. Turismo de montaña ____



6.- La última vez que realizó turismo en una parroquia rural ¿cuál fue su gasto promedio por día? _____

7.- La última vez que realizó turismo en una parroquia rural ¿cuál de los siguientes servicios utilizó?

- | | | |
|----------------------|---|---------------------------------|
| 1. Hospedaje ____ | 4. Entradas a atractivos
turísticos ____ | 7. Artesanías ____ |
| 2. Alimentación ____ | 5. Tours ____ | 8. Otros (especifique)
_____ |
| 3. Transporte ____ | 6. Guías turísticos ____ | |

8.- ¿Con quién/es prefiere realizar turismo en las parroquias rurales?

- | | | |
|-------------------|--------------------|------------------|
| 1. Solo ____ | 3. En familia ____ | 5. En grupo ____ |
| 2. En pareja ____ | 4. Con amigos ____ | |

9.- ¿Con cuántas personas realizó turismo en las parroquias rurales?

- | | | |
|-----------|-----------|------------------|
| 1. 1 ____ | 3. 3 ____ | 5. 5 ____ |
| 2. 2 ____ | 4. 4 ____ | 6. Más de 6 ____ |

10.- ¿Qué tiempo duró su estadía la última vez que realizó turismo en una parroquia rural?

- | | | |
|-------------------------|------------------|-----------------------|
| 1. 6 horas o menos ____ | 3. Un día ____ | 5. Tres días ____ |
| 2. Medio día ____ | 4. Dos días ____ | 6. Más de 4 días ____ |

11.- ¿Cuál fue el medio por el que se informó de la parroquia rural que visitó?

- | | | |
|---------------------------------|--|---------------------------|
| 1. Amigos / familiares
_____ | 5. Centros de
información
turística ____ | 7. Prensa / revistas ____ |
| 2. Redes sociales ____ | 6. Campañas
turísticas ____ | 8. Radio ____ |
| 3. Televisión ____ | | 9. Agencia de viajes ____ |
| 4. Página web ____ | | 10. Otros ____ |

12.- ¿Cuál fue el medio de transporte en el que se movilizó en su visita a las parroquias rurales?

1. Vehículo propio ____
2. Vehículo alquilado (fuera de la parroquia) ____
3. Vehículo alquilado (dentro de la parroquia) ____
4. Transporte público ____

UCUENCA

13.- ¿Usted ha visitado la parroquia Santa Ana con propósito de realizar turismo?

1. Si ____ 2. No ____

14.- Si su repuesta a la anterior pregunta fue si, indique que atractivo o atractivos visitó, si su respuesta fue no, diríjase a la pregunta 15.

1. Orillas del Río Quingeo ____ 3. Cascada Tasqui ____ 5. Quebrada Oscura ____



2. Loma de Dizha ____



4. Iglesia Matriz Santa Ana (centro parroquial) ____ 6. Mirador Mama Tepal ____



15.- Si se desarrollara un producto turístico en la parroquia Santa Ana, ¿estaría interesado en realizar turismo aquí?

1. Si ____ 2. No ____

16.- ¿Que actividades de turismo le gustaría que se implementara en la parroquia?

17.- ¿Cuál es el valor que estaría dispuesto a pagar en su visita a Santa Ana si implementaran las actividades descritas en la anterior pregunta? _____

18.- ¿De qué manera le gustaría conocer los atractivos turísticos?

1. Visitas guiadas por guías locales ____
2. Visitas guiadas por guías profesionales ajenos a la comunidad ____
3. Por cuenta propia ____

19.- ¿Qué tipo de hospedaje le gustaría que existiera en la parroquia para que considere pernoctar ahí?

- | | | |
|------------------|------------------------------|-------------------|
| 1. Hotel ____ | 4. Hacienda turística ____ | 7. Lodge ____ |
| 2. Hostal ____ | 5. Campamento turístico ____ | 8. Resort ____ |
| 3. Hostería ____ | 6. Casa de huéspedes ____ | 9. Refugio ____ |
| | | 10. Glamping ____ |

Anexo F. Cotización publicidad

Valor con IVA	
MEDIOS DIGITALES	
Prensa virtual	2.296,00
Crónica Cuenca	1.120,00
Cuenca 4 ríos	1.568,00
Red informativa	280,00
Total	5.264,00
REDES SOCIALES	
2 Influencers	4.480,00
Facebook	5.901,13
Instagram	3.049,41
Total	13.430,54
TOTAL PUBLICIDAD	18.694,54

Anexo G. Cotización ruta 1

Tramo Auquilula- Quebrada Oscura 1,8km			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Desbroce – desbosque y limpieza (25m x 10m)	250 m ²	\$0,84	\$210,00
Replano y nivelación (25m x 10m)	250 m ²	\$0,55	\$137,50
Ripio	50 m ³	\$20,58	\$1.029,00
Caseta de cobro y guardianía 2m x 2m x 2,30m	1 u.	\$1.741,50	\$1.741,50
Topes de hierro - separadores de vehículos	10	\$24,00	\$240,00
Señalización inicio de sendero panel 1,95mx0,95mx1,5m	1	\$345,78	\$345,78
Señalización orientativa direccional poste flecha.	6	\$47,25	\$283,50
Piedra para bordes	50 m ³	\$18,85	\$942,50
Puente peatonal de 10 m	2	\$482,54	\$965,08
Total			\$ 6.391,77
Quebrada Oscura			
Pingos horizontales (3m) para pasamanos	25	\$1,75	\$43,75
Pingos verticales (1,5m) para pasamanos	37	\$1,75	\$64,75
Letrina Sanitaria	2	\$347,12	\$694,24
Fosa de Desechos Biodegradables	1	\$150,32	\$150,32
Pozo Séptico	1	\$185,74	\$185,74
Tachos metálicos para desechos	4	\$15,58	\$62,32
Área de barbacoa	1	\$387,48	\$387,48
Señalización de ruta: baliza 37,5cmx45cm	1	\$15,75	\$15,75
Señalización orientativa direccional poste flecha.	6	\$47,25	\$283,50
Señalización interpretativa de zonas de ocio establecidas y atractivos: atril.	4	\$74,51	\$298,04
Señalética normativa y de restricción 60cmx60cm	3	\$51,30	\$153,90
Grada de madera	30 m ²	\$35,00	\$1.050,00
Puente peatonal de 3 m	3	\$144,76	\$434,28
Luminarias	3	\$357,59	\$1.072,77
Total			\$4.896,84
Salida de la Quebrada Oscura División 2 tramos			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Señalización direccional de ruta: Baliza.	1	\$51,30	\$51,30
Pingos horizontales (3m) para pasamanos	25	\$1,75	\$43,75
Pingos verticales (1,5m) para pasamanos	15	\$1,75	\$26,25
Luminarias	3	\$357,59	\$1.072,77
Gravilla ¼	30 cm ³	\$25,00	\$750,00
Total			\$1.944,07
Tramo 1: Quebrada Oscura a Centro Parroquial 1,8km			
Señalización orientativa direccional poste flecha.	6	\$47,25	\$283,50

Señalización direccional de ruta: Baliza.	1	\$51,30	\$51,30
Total			\$ 326,00
Tramo 1: Iglesia Matriz y plaza central			
Carpas para comerciantes, artesanos y limpias ancestrales.	12	\$84,57	\$1.014,84
Total			\$1.014,84
Tramo 2: Quebrada Oscura a Mama Tepal 1,6km			
Señalética vial 60x60	\$53,25	\$213,00	\$53,25
Señalización interpretativa de zonas de ocio establecidas y atractivos: atril.	\$74,51	\$149,02	\$74,51
Señalización orientativa direccional poste flecha.	\$47,25	\$189,00	\$47,25
Total			\$551,02
Mama Tepal			
Señalética normativa y de restricción 60cmx60cm	4	\$51,30	\$205,20
Pingos horizontales (3m) para pasamanos	175	\$1,75	\$306,25
Pingos verticales (1,5m) para pasamanos	261	\$1,75	\$456,75
Gravilla ¼	29	\$25,00	\$725,00
Tabla cantonera	100	\$0,45	\$45,00
Letrina Sanitaria	2	\$347,12	\$694,24
Fosa de Desechos Biodegradables	1	\$150,32	\$150,32
Pozo Séptico	1	\$185,74	\$185,74
Tachos metálicos para desechos	4	\$15,58	\$62,32
Área de barbacoa	1	\$387,48	\$387,48
Luminarias	10	\$357,59	\$3.575,90
Piso plataforma	9 m ²	\$33,55	\$301,95
Estructura de la plataforma	50 kg	\$6,75	\$337,50
Pingos horizontales (3m) para pasamanos mirador	3	\$1,75	\$5,25
Pingos verticales (1,5m) para pasamanos mirador	5	\$1,75	\$8,75
Estructuras de acero para Canopy	1	\$4.799,00	\$4.799,00
Cable de acero de 3/8	00	\$4,50	\$3.600,00
Grillete	115	\$4,00	\$460,00
Total			\$16.306,65
Mano de obra			\$16.800,00
TOTAL RUTA 1			\$47.743,08

Anexo H. Cotización ruta 2

Iglesia Matriz- Loma de Dizha 4,8km			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Señalética vial 60x60	15	\$79,00	\$1.185,00
Señalización vertical	25	\$266,91	\$6.672,75
Doble línea de canalización continua de 0,15m de espesor	1.440 m ²	\$3,80	\$5.472,00
Líneas separadoras de sentido de circulación	237,6 m ²	\$3,80	\$902,88
Símbolos y/o leyendas de bicicleta (1,8 x 1)	34,56 m ²	\$3,60	\$124,42
Tachones separadores viales (120mm x 200mm)	6.655	\$1,50	\$10.282,50
Caseta de cobro 2m x 2m x 2,30	1	\$1.741,50	\$1.741,50
Señalización inicio de sendero panel 1,95mx0,95mx1,5m	1	\$707,69	\$707,69
Total			\$27.088,74
Loma de Dizha			
Pingos horizontales (3m) para pasamanos	250	\$1,20	\$300,00
Pingos verticales (1,5m) para pasamanos	373	\$0,60	\$223,80
Gravilla ¼	41 m ³	\$25,00	\$1.025,00
Tachos metálicos para desechos	6	\$13,00	\$78,00
Señalización de ruta: baliza 37,5cmx45cm	1	\$56,00	\$56,00
Señalización orientativa direccional poste flecha.	3	\$45,00	\$135,00
Señalización interpretativa de zonas de ocio establecidas y atractivos: atril.	3	\$144,00	\$432,00
Señalización de ruta: baliza 37,5cmx45cm	1	\$56,00	\$56,00
Letrina Sanitaria	2	\$587,63	\$1.175,26
Fosa de Desechos Biodegradables	1	\$152,28	\$152,28
Pozo Séptico	1	\$312,58	\$312,58
Tachos metálicos para desechos	4	\$13,00	\$52,00
Área de barbacoa	1	\$383,00	\$383,00
Luminarias	10	\$445,10	\$4.451,00
Piso madera para plataforma	9 m ²	\$34,25	\$308,25
Estructura de la plataforma	50 kg	\$6,75	\$337,50
Pingos horizontales (3m) para pasamanos	3	\$1,20	\$3,60
Pingos verticales (1,5m) para pasamanos	5	\$0,60	\$3,00
Columpio de tubo de acero	1	\$7.595,96	\$7.595,96
Torre de observación 10m altura	1	\$12.500	\$12.500,00
Total			\$29.580,23
Iglesia de Dizha a San Antonio de Trabana 2,8 km			
Señalética vial 60x60	9,00	\$79,00	\$711,00

Señalización vertical	15,00	\$266,91	\$4.003,65
Doble línea de canalización continua de 0,15m de espesor	840 m ²	\$3,80	\$3.192,00
Líneas separadoras de sentido de circulación	138,60 m ²	\$3,80	\$526,68
Simbolos y/o leyendas de bicicleta (1,8 x 1)	20,16 m ²	\$3,60	\$72,58
Tachones separadores viales (120mm x 200mm)	3999	\$1,50	\$5.998,50
Desbroce – desbosque y limpieza	1.400 m ²	\$0,84	\$1.176,00
Excavación sin clasificar	7000 m ³	\$0,85	\$5.950,00
Transporte de material de excavación a sitios de bote (D=5km)	3448,15 m ³ -km	\$0,32	\$1.103,41
Transporte de material de mejoramiento de la subrasante (D=13,50km)	6108,15 m ³ -km	\$0,30	\$1.832,45
Escombreras	7000,00 m ³	\$0,77	\$5.390,00
Mejoramiento de la subrasante con suelo seleccionado	452,63 m ³	\$4,85	\$2.195,26
Acabado de la obra básica existente	545 m ²	\$0,35	\$190,75
Base clase 1	145,20 m ³	\$7,57	\$1.099,16
Transporte de base (D= 13,50)	357,78 m ³ -km	\$0,30	\$107,33
Capa de rodadura de hormigón asfáltico mezclado en planta (e=5cm).	545 m ²	\$17,85	\$9.728,25
Transporte de material para capa de rodadura (D=13,50)	358 m ³ -km	\$0,30	\$107,40
Asfalto Mc 250 para imprimación	800,00 lt	\$0,55	\$440,00
Total			\$43.824,41
San Antonio de Trabana a Cascada Tasqui 2 km			
Desbroce – desbosque y limpieza (25m x 10m)	250 m ²	\$0,84	\$210,00
Replano y nivelación (25m x 10m)	250 m ²	\$0,55	\$137,50
Ripio	50 m ³	\$20,58	\$1.029,00
Caseta de cobro 2m x 2m x 2,30	1	\$1.741,50	\$1.741,50
Topes de hierro - separadores de vehículos	10	\$32,00	\$320,00
Letreros de madera	2	\$12,50	\$25,00
Señalización orientativa direccional poste flecha.	15	\$45,00	\$675,00
Señalización interpretativa de zonas de ocio establecidas y atractivos: atril.	3	\$144,00	\$432,00
Señalética normativa y de restricción 60cmx60cm	4	\$56,00	\$224,00
Luminarias	10	\$445,10	\$4.451,00
Pingos horizontales (3m) para pasamanos	330	\$1,20	\$396,00
Pingos verticales (1,5m) para pasamanos	492	\$0,60	\$295,20
Gravilla ¼	110 m ³	\$25,00	\$2.750,00

Tachos metálicos para desechos	6	\$13,00	\$78,00
Piedra para bordes	30 m ³	\$18,85	\$565,50
Puente peatonal de 10 m	1	\$482,54	\$482,54
Puente peatonal de 3 m	5	\$144,76	\$723,80
Total			\$14.536,04
Cascada Tasqui			
Letrina Sanitaria	2	\$587,63	\$1.175,26
Fosa de Desechos Biodegradables	1	\$152,28	\$152,28
Pozo Séptico	1	\$312,58	\$312,58
Tachos metálicos para desechos	4	\$13,00	\$52,00
Área de barbacoa	1	\$383,00	\$383,00
Señalización de ruta: baliza 37,5cmx45cm	1	\$56,00	\$56,00
Total			\$2.131,12
Mano de obra	50	\$ 560,00	\$ 28.000,00
TOTAL			\$145.160,54

Anexo I. Cuadro de personal del proyecto

Cargo	Remune. mensual	Remunerac. anual	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Aporte patronal 11,15%	Total presupuesto primer año
Orador	\$ 460,00	\$ 5.520,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 615,48	\$ 7.055,48
Capacitador	\$ 460,00	\$ 5.520,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 615,48	\$ 7.055,48
Total	\$ 920,00	\$ 11.040,00	\$ 920,00	\$ 920,00	\$ 1.230,96	\$ 14.110,96

Cargo	Remuneración mensual	Remuneración anual	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Aporte patronal 11,15%	Vacaciones	Fondos de Reserva	Total presupuesto segundo año
Orador	\$ 470,00	\$ 5.640,00	\$ 470,00	\$ 460,00	\$ 628,86	\$ 235,00	\$ 470,00	\$ 7.903,86
Capacitador	\$ 470,00	\$ 5.640,00	\$ 470,00	\$ 460,00	\$ 628,86	\$ 235,00	\$ 470,00	\$ 7.903,86
Total	\$ 940,00	\$ 11.280,00	\$ 940,00	\$ 920,00	\$1.257,72	\$ 470,00	\$ 940,00	\$ 15.807,72