





## **UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO**

**Dirección de Postgrados**

**“Plan estratégico de desarrollo turístico del cantón Santa Ana, provincia de  
Manabí, 2019-2023”**

**Autoras:**

**Ing. Cecilia Monserrate Baque Mera.**

**Lic. Esperanza Elizabeth Vivas Chica.**

Proyecto de investigación presentada como requisito para la obtención del Título de Magíster  
de Turismo con mención en Gestión del Turismo Sostenible.

Portoviejo, noviembre del 2018



**Universidad San Gregorio de Portoviejo**

**Dirección de Postgrados**

**HOJA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**“Plan estratégico de desarrollo turístico del cantón Santa Ana, provincia de  
Manabí, 2019-2023”**

**Autoras:**

**Ing. Cecilia Monserrate Baque Mera.**

**Lic. Esperanza Elizabeth Vivas Chica.**

Lcda. Patricia Palacios Palma. Mg, G.T.H  
Director del Proyecto de Investigación

\_\_\_\_\_

Dr. Radamés Borroto Cruz  
Miembro del Comité de Titulación

\_\_\_\_\_

Lcda. Tania Chevez Fuentes. Mg. Sc.  
Miembro del Comité de Titulación

\_\_\_\_\_

Ing. Lorena Cedeño Franco. Mg. Sc.  
Miembro del Comité de Titulación

\_\_\_\_\_

Dr. Marcelo Farfán Intriago  
Director de la Maestría en Turismo

\_\_\_\_\_

M.Sc. Oscar Aguirre Gordon  
Coordinador de la Maestría de Turismo

\_\_\_\_\_

Dr. Radamés Borroto Cruz  
Director de Postgrado

\_\_\_\_\_

Portoviejo, noviembre 2018

© **Derechos de autor:** Según la actual Ley de Propiedad Intelectual, Art. 5:

“el derecho de autor nace y se protege por el solo hecho de la creación de la obra, independientemente de su mérito, destino o modo de expresión... El reconocimiento de los derechos de autor y de los derechos conexos no está sometido a registro, depósito, ni al cumplimiento de formalidad alguna.”

(Ecuador. Ley de Propiedad Intelectual, Art. 5)

## **AGRADECIMIENTO.**

Agradecemos a Dios por la vida, por darnos la fortaleza a lo largo de nuestra existencia en los momentos de dificultad.

Gracias a la Universidad San Gregorio de Portoviejo por abrirnos las puertas y permitirnos continuar con un grado más de educación, a nuestra tutora la Lcda. Patricia Palacios Palma por su guía y paciencia. A nuestros docentes que con sus enseñanzas nos permitieron mejorar nuestros conocimientos y al Msc. Oscar Aguirre por impulsarnos e incentivarnos en la elección de la planificación estratégica y por darnos ánimos en el camino.

Al Ing. Fernando Cedeño alcalde del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) del cantón Santa Ana por abrirnos las puertas y permitirnos plasmar los conocimientos adquiridos en las aulas para la elaboración del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del cantón; a los colaboradores de las distintas direcciones del GAD; con una mención especial al Ing. Mario Zambrano, Sr. Antonio Pico y Sra. Diana Sala, cuyo apoyo técnico fue clave durante el proceso de construcción del documento.

A nuestros padres; Lcda. Amarilis Mera madre de Cecilia y; Sr. Alberto Vivas y Sra. Francisca Chica padres de Esperanza. por ser la fuente de inspiración, pilares fundamentales y apoyo incondicional durante toda nuestra vida, por confiar y creer en nuestros sueños y habilidades. A nuestra familia por la paciencia, el aliento y el acompañamiento durante este proceso.

Cecilia Baque & Esperanza Vivas.

## **RESUMEN.**

En el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del cantón Santa Ana se describe la situación actual del turismo del cantón y sus elementos, además del análisis de los mercados turísticos existentes, y, a través de estos aspectos se plantea que este documento sirva de herramienta que permita desarrollar el turismo en el cantón de manera adecuada y sostenible, beneficiando a los actores del sector y a los visitantes haciendo que su experiencia sea satisfactoria mediante propuestas de creación de nuevas actividades y productos diferenciadores que integren al I+D+i; y con ello proyectarse hacia la competitividad turística, lo que permitirá que Santa Ana se convierta en un importante destino turístico de naturaleza.

**Palabras claves:** Plan de desarrollo turístico, planificación estratégica, turismo, Santa Ana, desarrollo.

## **ABSTRACT.**

The Santa Ana´s Tourism Development Strategic Plan describes the current situation of canton tourism and its elements, as well as the analysis of existing tourism markets, and, through these aspects, it is proposed that this document serves as a tool that allows develop tourism in the canton in an appropriate and sustainable way, benefiting the stakeholders of the sector and visitors by making their experience satisfactory through proposals for the creation of new activities and differentiating products that integrate I + D + i; and with it, project towards the tourist competitiveness, which will allow Santa Ana to become an important tourist destination of nature.

**Key words:** Tourism development plan, strategic planning, tourism, Santa Ana, development.

## TABLA DE CONTENIDO

Agradecimiento.....	i
Resumen.....	ii
Abstract.....	iii
Tabla de Contenido.....	iv
Lista de Tablas.....	xi
Lista de figuras.....	xii
Introducción.....	2
Formulación del Problema.....	3
Justificación.....	4
1. MARCO TEÓRICO.....	5
1.1. Evolución del Turismo.....	5
1.2. Turismo.....	7
1.2.1. Turismo Sostenible.....	8
1.2.2. Turismo Comunitario.....	8
1.3. Sistema Turístico.....	8
1.3.1. Demanda turística.....	9
1.3.2. Oferta Turística.....	9



1.3.3. La infraestructura.....	10
1.3.4. La superestructura turística.....	10
1.3.5. La comunidad receptora. ....	10
1.4. Planta Turística. ....	11
1.5. Atractivo Turístico.....	11
1.6. Patrimonio Turístico.....	11
1.7. Producto Turístico. ....	12
1.7.1. Características de los servicios y productos turísticos.....	12
1.8. Estudios de Mercado. ....	13
1.8.1. Segmentación de mercados. ....	13
1.8.2. Posicionamiento de mercado.....	13
1.9. Marca Turística.....	14
1.10. Política Turística.....	14
1.11. Gobernanza.....	14
1.12. Cadena de valor. ....	15
1.13. Competitividad turística de Santa Ana.....	17
1.14. Planificación Estratégica del Turismo.....	18
2. Diagnóstico Turístico. ....	20

2.1. Turismo Internacional.....	20
2.1.1. Previsiones para el 2018. ....	23
2.2. El Turismo en el Ecuador. ....	23
2.3. Diagnóstico Turístico de la provincia de Manabí y del cantón Santa Ana.....	24
2.4. Análisis de la oferta local. ....	28
2.4.1. Infraestructura.....	29
2.4.2. Patrimonio cultural. ....	30
2.4.3. Seguridad.....	30
2.4.4. Preservación ambiental.....	31
2.4.5. Comunicaciones.....	31
2.5. Análisis de la demanda.....	31
2.5.1. Perfil del turista de otros cantones de la provincia de Manabí.....	32
2.5.2. Perfil del turista local.....	32
2.5.3. Perfil del turista de otras provincias del país.....	32
2.6. Análisis de la competencia. ....	32
2.7. Atractivos Turísticos relevantes y Actividades Turísticas. ....	32
2.7.1. Análisis general de los recursos y atractivos turísticos del cantón Santa Ana. ....	40
2.8. Estudio de mercado. ....	40

2.8.1. Análisis de demanda de turismo interno (visitantes locales).....	41
2.8.2. Perfil del turista. ....	61
2.8.3. Motivaciones del viaje.....	61
2.8.4. Aspectos positivos y negativos que los residentes y visitantes consideran del cantón.....	62
2.8.5. Cuadro comparativo de los índices de satisfacción. ....	63
3. Plan estratégico de desarrollo turístico del cantón santa ana.....	65
3.1. Asamblea cantonal de turismo de Santa Ana. ....	65
3.1. Misión.....	65
3.2. Visión.....	65
3.3. Análisis FODA. ....	66
3.4. Estrategias competitivas del FODA cruzado.....	67
3.4.1. Estrategias y acciones FA.....	67
3.4.2. Estrategias y acciones DA. ....	68
3.4.3. Estrategias y acciones FO.....	69
3.4.4. Estrategias y acciones DO. ....	70
3.5. Matriz de impactos del FODA.....	71
3.6. Matriz de problemas, causas y soluciones.....	73

3.7. Objetivos y estrategias.....	74
3.8. Cuadro Resumen.....	75
3.9. Vocación turística de Santa Ana.....	76
4. Planes, programas, proyectos y tareas.....	77
4.1. Programa de concienciación ambiental.....	77
4.2. Programa de rescate de saberes ancestrales.....	80
4.3. Programa de capacitación para fortalecer el sector turístico del cantón Santa Ana.....	83
4.4. Programa de comercialización turística para el cantón Santa Ana.....	86
4.5. Programa de señalización turística del cantón Santa Ana.....	88
Introducción.....	88
Antecedentes.....	88
Justificación del Programa.....	89
4. 6. Perfiles de proyectos.....	96
4.6.1. Mirador de la Tablada del Guarumo.....	96
4.6.2. Mirador de Palo Largo.....	98
4.6.3. Implementación de facilidades turísticas para la Represa Poza Honda.....	102
4.7. Tareas.....	107
4.7.1. Ordenanza turística para el cantón Santa Ana.....	107

4.8. Cuadro de aplicación de programas y proyectos. ....	108
Rutas turísticas potenciales del cantón Santa. ....	109
Ruta “Invierno”.....	110
Ruta Campestre.....	111
Bibliografía. ....	112
5. Anexos.....	116
Anexo 1.....	116
Problemas identificados en los sitios de visita. ....	116
6.1 Fundamentación ética. ....	117
Código ético mundial para el turismo.....	117
Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 “Toda una Vida” .....	119
6.2 Fundamentación legal.....	122
Constitución de la República del Ecuador.....	122
Ley de Turismo.....	122
Anexo 3.....	124
Fotos de recorridos y georreferenciación. ....	124
Fotos de capacitaciones. ....	125
Fotos de la Asamblea.....	126

Anexo 2.....	127
Anexo 3.....	139
Anexo 4.....	145
Anexo 5.....	149
Anexo 6.....	153
Anexo 7.....	157
Anexo 8.....	171
Anexo 9.....	173

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Planta turística del casco urbano de la parroquia Santa Ana de Vuelta Larga, 2012. .29	
Tabla 2: Atractivos y recursos turísticos de la parroquia Ayacucho. ....34	
Tabla 3: Atractivos y recursos turísticos de la parroquia Honorato Vásquez. ....35	
Tabla 4: Atractivos y recursos turísticos de la parroquia La Unión. ....37	
Tabla 5: Atractivos y recursos turísticos de la parroquia San Pablo de Pueblo Nuevo.....38	
Tabla 6: Atractivos y recursos turísticos de la parroquia Santa Ana de Vuelta Larga. ....39	
Tabla 7: Aspectos positivos y negativos que los residentes y visitantes consideran del cantón. .....62	
Tabla 8: Cuadro comparativo de los índices de satisfacción.....63	
Tabla 9: Análisis FODA. ....66	
Tabla 10: Estrategias y acciones FA.....67	
Tabla 11: Estrategias y acciones DA.....68	
Tabla 12: Estrategias y acciones FO.....69	
Tabla 13: Estrategias y acciones DO.....70	
Tabla 14: Matriz de problemas, causas y soluciones.....73	
Tabla 15: Objetivos y estrategias.....74	
Tabla 16: Cuadro resumen.....75	
Tabla 17: Vocación turística de Santa Ana. ....76	
Tabla 18: Actividades de la Ruta “Invierno”.....110	
Tabla 19: Actividades de la Ruta "Campestre". ....111	

## LISTA DE FIGURAS.

Figura 1: Actores del cantón Santa Ana .....	15
Figura 2: Cadena de valor de turismo del cantón Santa Ana.....	16
Figura 3: Índice de Competitividad Viajes y Turismo. ....	17
Figura 4: Barometer 2018 - World Tourism Organization (UNWTO), April 2018.....	21
Figura 5: Barometer 2018 - World Tourism Organization (UNWTO), April 2018.....	22
Figura 6: Profesión. ....	41
Figura 7: Edad promedio. ....	42
Figura 8: ¿Qué hacen los fines de semana y feriados?.....	43
Figura 9: ¿A dónde van?.....	44
Figura 10: ¿Con quién viaja?.....	45
Figura 11: Motivación del viaje.....	46
Figura 12:¿ Cómo consideran la calidad de la infraestructura hotelera?.....	47
Figura 13: ¿Cómo consideran la planta de restaurantes? .....	48
Figura 14: ¿Cómo califican el servicio de los transportes terrestres? .....	49
Figura 15: La limpieza en el terminal.....	50
Figura 16: La comodidad en el terminal.....	51
Figura 17: Señalización de la ciudad y del cantón. ....	52
Figura 18: Cantidad de actividades turísticas que se pueden realizar. ....	53
Figura 19: Calidad de las actividades turísticas.....	54
Figura 20: Información para visitar y realizar actividades.....	55
Figura 21: Seguridad para los turistas en los sitios visitados. ....	56
Figura 22: Limpieza en general. ....	57
Figura 23: La gastronomía de la zona. ....	58
Figura 24: Servicios básicos de la ciudad y del cantón. ....	59
Figura 25: El trabajo de las instituciones en turismo.....	60
Figura 26: Matriz de impactos positivos del FODA.....	71
Figura 27: Matriz de impactos negativos del FODA.....	72
Figura 28: Modelo de Tótem para la Represa Poza Honda.....	91
Figura 29: Modelo de pictograma. ....	93
Figura 30: Modelo de aproximación turística.....	94
Figura 31: Ruta Invierno.....	110
Figura 32: Ruta Campestre.....	111



## **INTRODUCCIÓN.**

El Plan Estratégico de Desarrollo Turístico es una herramienta que permite encauzar la actividad turística de un territorio y se desarrolla mediante actividades como visitas y recorridos al territorio, levantamiento de encuestas, entrevistas y asambleas, todo ello de manera participativa, involucrando a los actores públicos, privados y comunitarios de la zona rural y urbana del cantón.

Dentro del proceso participativo, que fue la base del estudio, se realizó la asamblea cantonal de turismo, cuyos resultados permitieron formular la misión y visión de futuro del turismo del cantón Santa Ana, proyectada hacia 5 años, así mismo se identificaron los objetivos con sus estrategias, los factores internos como son fortalezas y debilidades, y factores externos como son las oportunidades y amenazas, mediante las cuales se realizó la matriz de cruce estratégico, donde se construyeron estrategias FO, FA, DO, DA, y sus respectivas acciones para su consecución.

El cumplimiento de las estrategias y acciones ayudarán a alcanzar el futuro deseado de un desarrollo sostenible integral del turismo del cantón Santa Ana hacia el 2022.

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.**

Para que los destinos turísticos se desarrollen con éxito es necesario que tengan una adecuada gestión para así lograr la subsistencia del entorno es decir, ser sostenible, protegiendo el territorio explotado, satisfaciendo y superando las expectativas de los visitantes, trabajando con talento humano especializado, realizando una reingeniería de procesos buscando la optimización de recursos que permita reducir costes y maximizar la capacidad de gestión de los destinos, con una oferta diversificada, competitiva y de calidad.

En un mundo globalizado, caracterizado por un cambio constante y crecimiento continuo, se vuelve esencial la generación de ingresos económicos y la preservación del entorno, y es por esto que el turismo se convierte en una de las mejores opciones posibles, permitiendo el crecimiento económico de las naciones y en un ingreso que se encuentra distribuido tanto entre los grandes empresarios turísticos, así como los de pequeña escala, convirtiéndose en una herramienta que permite la dinamización de la economía, mejorando la calidad de vida de los habitantes de un territorio.

En el Ecuador la planificación estratégica del turismo es deficiente, debido a la poca importancia que los gobiernos locales brindan a la planificación y al turismo, el poco presupuesto asignado, además de la deficiencia y carencia de facilidades turísticas, la escasa diversificación de actividades turísticas y el desconocimiento de los prestadores de servicios turísticos hacia servicios de calidad, lo cual desemboca en el inadecuado desarrollo de los territorios en este caso específico del cantón Santa Ana.

## **JUSTIFICACIÓN.**

El turismo es una actividad terciaria que demanda cada día de más y mejores servicios, por tanto, se vuelve necesaria la generación de alianzas entre los sectores públicos y privados, para así poder encauzar la actividad de forma ordenada y planificada. Es por ello que el presente proyecto de investigación, pretende demostrar la importancia de la planificación del turismo, como herramienta para el desarrollo integral del territorio y los beneficios que ello generaría para la comunidad. El hecho de no tener un plan de turismo ha causado que no se cuente con una guía clara que sirva para aprovechar de manera sostenible la capacidad turística de Santa Ana, como eje de desarrollo integral, sostenible y equitativo.

La investigación se desarrolló mediante visitas al territorio, encuestas a los habitantes y visitantes del cantón, conocimiento de estudios anteriores, el PDOT, así como, el diagnóstico turístico actual mediante una asamblea integrando al sector público, privado y comunidad; misma en la que se identifican los problemas referentes al sector turístico sus causas y soluciones, objetivos, misión, visión y estrategias para el “Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del cantón Santa Ana”.

Para que la investigación sea factible, se cuenta con la participación del personal del Departamento de Turismo que forma parte del GAD cantonal de Santa Ana, el equipo técnico de la Maestría de Turismo de la Universidad San Gregorio de Portoviejo; además de la información brindada por los habitantes del cantón; El GAD cantonal facilita como apoyo la logística para los desplazamientos en el territorio.

Con la elaboración del plan, hay un beneficio directo para las comunidades de Santa Ana, ya que el efecto multiplicador del turismo, sobrepasa el nivel cantonal al provincial y nacional.

## **1. MARCO TEÓRICO.**

### **1.1. Evolución del Turismo.**

**Imperio Romano:** en los meses de verano se producían considerables movimientos de gente que desde Roma se dirigían hacia el campo y hacia los sitios de veraneo situados a las orillas del mar. Los romanos visitaban, además, templos y santuarios, asistían a festividades y concurrían a baños termales. Los relatos indican que, al principio, en sus grandes viajes, la gran meta era Grecia, pero más tarde, con la adopción y difusión del cristianismo, numerosos grupos de peregrinos comenzaron a viajar a Tierra Santa. (Acerenza, 2006, p.69)

**Siglo XVI:** En el periodo que inicia en el siglo XVI y hasta mediados del XIX se establecen las bases del turismo moderno. Durante este tiempo tiene su origen el denominado grand tour, del que más tarde se derivara el término turismo, y es en esa época cuando se comienzan a desarrollar los centros vacacionales. Pero, sin lugar a dudas, el hecho más significativo de ese periodo es el inicio de las actividades de Thomas Cook en 1841, considerado por todos los estudiosos como el año más memorable en la historia del turismo (Acerenza, 2006, p.70); al iniciar organizando un viaje a un congreso, este fue el empuje que lo orientó al negocio como organizador de viajes.

**Mediados del Siglo XIX:** En su calidad de agente de viajes Cook efectuó varios aportes que contribuyeron al desarrollo del turismo; el mayor de ellos fue la introducción del concepto de "excursión organizada". Otro factor importante de este periodo fueron los avances que se produjeron en materia de transporte. (Acerenza, 2006, p.76).

**El turismo después de la Primera Guerra Mundial:** Los vehículos excedentes de la guerra se fueron adaptando para el transporte de pasajeros. Además, en 1924 se crea la Unión

Internacional de Organizaciones Oficiales para la Propaganda Turística. Otro aspecto relevante de este periodo es el surgimiento de la aviación civil que poco a poco se fue afirmando y extendiendo sus rutas de tal manera, que al final del periodo, concretamente en 1939, ya se disponía de vuelos regulares en servicios trasatlánticos entre Inglaterra y Estados Unidos. (Acerenza, 2006, p.79).

Fueron varios los factores que, además del transporte, contribuyeron a este desarrollo: la paz que sobrevino después de la guerra; el aumento del nivel de vida de la clase media y trabajadora; la generalización de las vacaciones pagadas y la devaluación sufrida por las monedas de algunos países europeos. (Acerenza, 2006, p.80)

**El turismo después de la Segunda Guerra Mundial:** Se transforma en un fenómeno masivo, despertando el interés de la mayoría de los países en el mundo. A los factores que tradicionalmente habían hecho posible su desarrollo: paz, prosperidad, transportes y disponibilidad de tiempo libre, se agregan los importantes cambios tecnológicos ocurridos después de la guerra, en especial en los campos del transporte y la comercialización, a los cuales se deben, en gran medida, los altos índices de crecimiento que experimenta la actividad a partir de los años cincuenta. (Acerenza, 2006, p.80)

Con la introducción de las nuevas técnicas de marketing en la industria turística cambia el enfoque de comercialización del turismo y nace en Europa Occidental, el concepto de producto turístico, y con éste la estandarización de la oferta turística que, en definitiva, junto con el desarrollo del transporte aéreo fueron los factores que le dieron el gran impulso al turismo en todo el mundo. (Acerenza, 2006, p.81)

A fines del siglo XX el turismo en Europa se encontraba ya totalmente consolidado. Europa mediterránea se convirtió en la más importante concentración de turismo de sol y playa a nivel mundial. En Europa continental, además del gran desarrollo del turismo cultural que ha llevado en algunos casos, como Florencia y Venecia, a tomar medidas para limitar el acceso de turistas en ciertas épocas, para proteger su patrimonio cultural. Por su parte, en Inglaterra, Londres se convirtió en uno de los destinos de turismo cultural más importantes, y los centros costeros tradicionales, continúan recibiendo millones de turistas al año, en su gran mayoría nacionales. (Acerenza, 2006, p.83).

Como se evidencia el turismo ha ido evolucionando conforme ha ido cambiando el mundo y cada uno de estos aspectos en su tiempo han sido relevantes para que se consolide el turismo que hoy se conoce, no obstante, los cambios en el sector seguirán surgiendo conforme al progreso de las tecnologías, la ciencia, el entorno social y las necesidades.

El turismo masivo de sol y playa ha acarreado una serie de consecuencias negativas para el entorno natural y social; el desgaste del ecosistema y la aculturación de los habitantes ha generado un despertar en la sociedad, en donde cada vez son más los turistas que prefieren un turismo más tranquilo y responsable, buscando destinos que incluyan espacios naturales, las zonas rurales, la aventura, el agroturismo, actividades que brinden nuevas experiencias que además de turísticas, puedan vincularse con las comunidades receptoras conociendo sus prácticas de vida cotidiana. Además, por supuesto que la oferta sea de calidad.

## **1.2. Turismo.**

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno

habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros”. (Organización Mundial del Turismo, 2005)

#### 1.2.1. Turismo Sostenible.

“El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”. (Organización Mundial del Turismo, 2013)

#### 1.2.2. Turismo Comunitario.

Es un tipo de turismo en el que la población rural, principalmente pueblos indígenas y familias campesinas, a través de sus diversas estructuras organizativas de carácter colectivo, ejerce un papel central en su desarrollo, gestión y control, así como en la distribución de sus beneficios. Se trata por lo tanto de un turismo de formato pequeño o de nicho que debe permitir establecer sinergias con otras políticas de desarrollo (Mendoza Ontiveros, Figueroa Hernández, & Godínez Montoya, 2015)

### **1.3. Sistema Turístico.**

En torno a los viajes que se realizan como una de las formas de aprovechar el tiempo libre, se ha generado un importante número de actividades, que, como muchas otras, no fueron programadas previamente. Su existencia se debe a un movimiento espontáneo por el cual la iniciativa privada, primero, y el poder público, después, fueron resolviendo las necesidades de los viajeros al incorporar cada vez un mayor número de servicios destinados a aumentar el confort del turista y a multiplicar sus oportunidades de diversión. Así alrededor del turismo se ha ido formando una trama de relaciones que caracterizan su funcionamiento. Esas relaciones forman un sistema. (Boullon, 2006)

El enfoque sistémico del turismo no representa solamente una opción metodológica, sino que permite encuadrar el análisis en el marco más amplio del pensamiento complejo. Se parte de la concepción sistémica básica, que en turismo refiere a la descripción de cinco subsistemas: **la demanda turística, la oferta, la infraestructura, la superestructura turística y la comunidad receptora**. La relación con el contexto se analiza en función de cinco dimensiones: social, cultural, política, ambiental y económica. En un tercer nivel y de manera transversal se utiliza el concepto de desarrollo local para analizar la finalidad del sistema. Estos niveles pueden resumirse indicando que se parte de un concepto tradicional de sistema turístico, que se enriquece con un enfoque interdisciplinario para llegar a un análisis transdisciplinario. (Varisco C. , 2014)

#### 1.3.1. Demanda turística.

Se puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo y a los ingresos que generan y si se quiere profundizar el análisis, midiendo como se distribuyen esos datos entre los distintos tipos de servicios que se ofrecen en esas mismas unidades. (Boullon, 2006)

#### 1.3.2. Oferta Turística.

Es el conjunto de servicios turísticos colocados efectivamente en el mercado. La oferta turística básica corresponde al conjunto de establecimientos, bienes y servicios de carácter residencial, artístico, cultural, social, recreacional y de otras tipologías complementarias, capaces de captar y asentar en una determinada zona y en un periodo de tiempo dado, una población que procede del exterior. (Córdova, 2010)



### 1.3.3. La infraestructura.

Se entiende por infraestructura a la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas. Forman parte de la misma, la educación, los servicios de salud, la vivienda, los transportes, las comunicaciones y la energía. (Boullon, 2006)

### 1.3.4. La superestructura turística.

“Es toda la organización pública y privada que se desenvuelve alrededor de la actividad turística. Comprende todos los organismos especializados, tanto de la actividad privada como pública, con el propósito de regular el funcionamiento de ambos sectores”. (Bermúdez Acuña, 2002).

Es decir, “es el conjunto de entidades privadas y públicas que funcionan con el objetivo de armonizar la producción, comercialización y venta de los servicios turísticos”. (Boullon, 2006)

### 1.3.5. La comunidad receptora.

La comunidad receptora como parte del sistema turístico mantiene un papel muy importante con todos y cada uno de los otros elementos que constituyen el sistema. La comunidad local es simple y complejamente un elemento imprescindible en la existencia del turismo. Por un lado, la comunidad, aunque quizá como parte de su vida ordinaria, provee los servicios necesarios para la satisfacción de las necesidades de la demanda, del visitante. Estos servicios incluyen no sólo aquellos relacionados con la satisfacción de necesidades fisiológicas (hospedaje y alimentación), sino también aquellos como servicios médicos, de recreación, y de consumo; es decir, servicios que fueron mayormente generados para beneficio de la comunidad local pero que son paralelamente aprovechados por el turismo. Por otro lado, y de forma similar, en

algunos casos la comunidad local participa en la oferta de servicios generados por los integrantes de la misma. Esto ocurre generalmente en ciertas formas de turismo en donde la comunidad local es la responsable de “producir” y gestionar sus propios servicios, como en el caso del turismo rural. (Monterrubio Cordero, 2009)

#### **1.4. Planta Turística.**

“Conjunto de instrumentos útiles, instalaciones o efectos necesarios para la producción y prestación de servicios específicamente turísticos. Comprende las empresas, la información turística, el señalamiento turístico, las escuelas de turismo, etc.” (Conde Pérez , Covarrubias Ramírez, & Ávalos , 2014)

#### **1.5. Atractivo Turístico.**

Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico. El turismo sólo tiene lugar si existen ciertas atracciones que motiven al viajero a abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él. Respecto a la actividad turística, guardan la misma relación que los llamados recursos naturales hacia otras actividades productivas: nada valen sobre el mercado si no son puestos en valor y explotados, y como lo naturales, hay casos en que los atractivos turísticos son perecederos y no renovables. (Conde Pérez , Covarrubias Ramírez, & Ávalos , 2014)

#### **1.6. Patrimonio Turístico.**

Conjunto de recursos naturales y obras creadas por el hombre, que estimulan el deseo de viaje y satisfacen las necesidades que de éste se originan. Es la disponibilidad mediante e inmediata de los elementos turísticos con que cuenta un país o una región en un momento determinado. El patrimonio es igual a la suma de los atractivos más la planta e instalaciones turísticas a las

que se puede agregar la infraestructura. (Conde Pérez , Covarrubias Ramírez, & Ávalos , 2014)

### **1.7. Producto Turístico.**

La definición que recoge el autor Miguel Ángel Acerenza sobre el producto turístico sería la siguiente: “Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista..., es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.” Todos estos elementos que conforman el producto turístico se resumen en tres: recursos turísticos, infraestructuras, y empresas y servicios turísticos. Los recursos turísticos pueden ser relacionados con la naturaleza, con la historia, o con la cultura viva del destino turístico. (De la Colina, 2008)

#### 1.7.1. Características de los servicios y productos turísticos.

Los servicios y productos del sector turístico presentan algunas características diferentes a los productos del sector industrial, los cuales deben ser tenidos en cuenta a la hora de su comercialización. Algunas de esas características son;

- El servicio turístico es intangible.
- La experiencia turística no se puede transferir.
- El servicio no puede probarse, por tanto, corre el riesgo de clientes insatisfechos.
- El producto no vendido, se ha perdido.
- El servicio produce un derecho de uso sin transferir la propiedad.
- El cliente es quien acude a la compra.
- El contacto con el cliente en la mayoría de los casos suele ser directo.

- El cliente participa en la producción.
- Peculiaridades de los servicios y productos turísticos deportivos (De la Colina, 2008)

## **1.8. Estudios de Mercado.**

En este estudio se analiza el mercado o entorno del proyecto, la demanda, la oferta y la mezcla de mercadotecnia o estrategia comercial, dentro de la cual se estudia el producto, el precio, los canales de distribución y la promoción o la publicidad. Pero siempre desde el punto de vista del evaluador, es decir, en cuanto al costo/beneficios que cada una de estas variables pudiesen tener sobre la rentabilidad del proyecto. Este estudio es generalmente el punto de partida para la evaluación de proyectos, ya que, detecta situaciones que coincidan los demás estudios. (Orejuela Córdova & Sandoval Medina, 2002)

### 1.8.1. Segmentación de mercados.

Podemos definir este proceso como la división de un mercado total en grupos compuestos por personas que tienen en forma aproximada necesidades de productos similares. También se dice que la segmentación de mercado es dividir con base a las necesidades del mismo, características o comportamientos, que puedan requerir de mezclas de mercadeo distintas. (Alvarenga & Valladares, 1997)

### 1.8.2. Posicionamiento de mercado.

Es la forma en que los consumidores definen los productos con base a sus atributos importantes; el lugar que el producto ocupa en la mente de los consumidores, en relación con los productos de la competencia. Los consumidores reciben una sobrecarga de información acerca del producto y servicios. Para simplificar el proceso de compra, los consumidores

posicionan los productos o servicios y consumen lo que primeramente está ubicado en su mente. (Alvarenga & Valladares, 1997)

### **1.9. Marca Turística.**

Se compone de un nombre, un logotipo, unos símbolos y unos valores que se tratan de asociar a un territorio representando su identidad, con el objetivo de crear un posicionamiento y una visión positiva del destino en la mente de sus públicos. Se deben elaborar de forma consensuada por todos los públicos de un lugar a partir de un Plan de marketing y de una estrategia competitiva del territorio. (Huertas Roig, 2014)

### **1.10. Política Turística.**

La política turística es el conjunto de acciones que impulsan actores públicos, en ocasiones en colaboración con actores no públicos, con la intención de alcanzar objetivos diversos relacionados con la variedad de fenómenos y relaciones que supone el proceso de atracción, estancia o residencia ocasional de ciudadanos en un territorio determinado. En definitiva, el objeto de la política turística es la ordenación y desarrollo resiliente del turismo de forma coordinada por las distintas Administraciones, el sector privado y la sociedad civil, para la mejora de las condiciones sociales, culturales, ambientales y económicas de todos los actores de un sistema o destino turístico. (Fayos-Solà, Fuentes Moraleda, & Muñoz Mazón, 2012).

### **1.11. Gobernanza.**

La gobernanza abarca todos los métodos, buenos y malos, que las sociedades utilizan para distribuir el poder y administrar los recursos públicos y problemas. La buena gobernanza es, por lo tanto, un subconjunto de gobernanza, donde los recursos públicos y los problemas se manejan de manera efectiva, eficiente y en respuesta a las necesidades críticas de la sociedad.

Las formas de gobiernos efectivos democráticos, dependen de la participación pública, la rendición de cuentas y transparencia. (United Nations Development Programme, 1997)

Por lo tanto, la gobernanza sugiere la articulación entre el sector público y privado en conjunto con una participación activa de la sociedad.

En el cantón Santa Ana se identifican los siguientes actores:

**Figura 1: Actores del cantón Santa Ana**



Elaborado por Equipo consultor.

Los actores señalados son los responsables de regular las actividades turísticas del cantón, además de la participación para el desarrollo estable, planificado y sostenible del turismo.

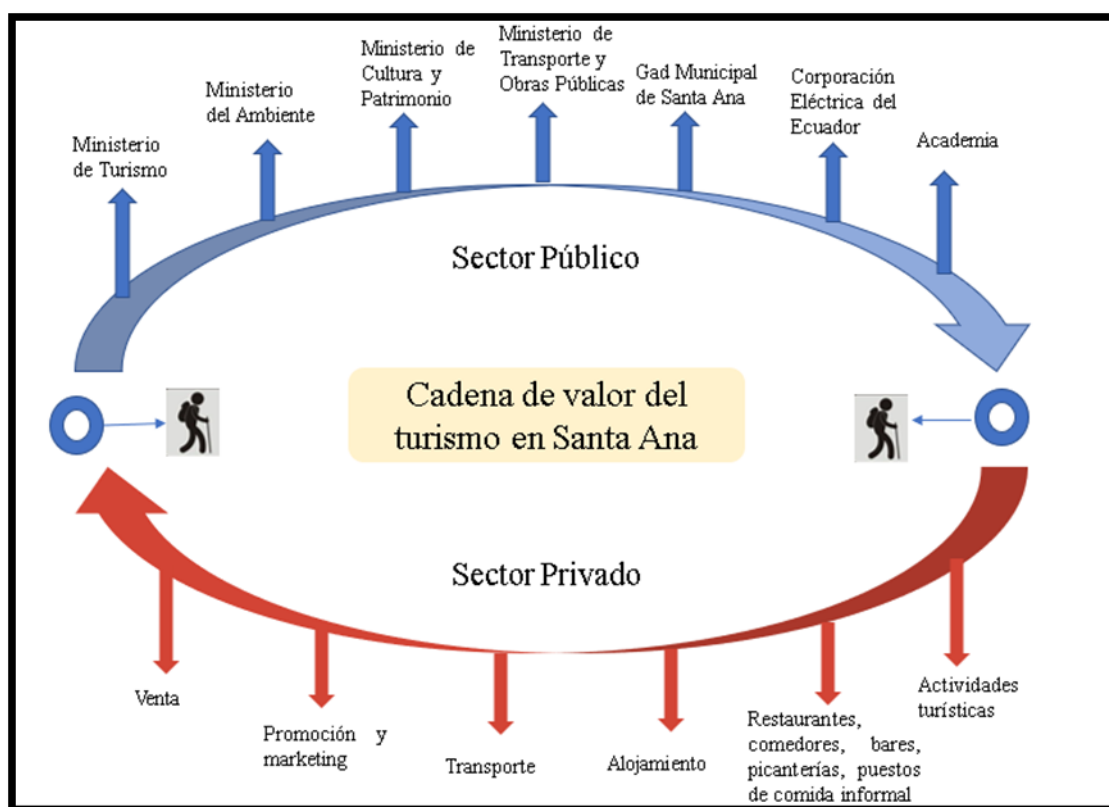
### **1.12. Cadena de valor.**

La cadena de valor se construye mediante la articulación entre el sector público y privado incluyendo a todos los actores involucrados directa e indirectamente en el sector turístico como: las asociaciones, universidades, instituciones, sociedad civil, organizaciones no gubernamentales, agencias internacionales, para lograr el desarrollo sostenible del destino;

generando servicios, productos y actividades turísticas para que la experiencia del turista sea memorable.

El objetivo de la cadena de valor es la redistribución de las riquezas y beneficios equitativamente en el territorio en que se desarrolle el turismo, en este caso en el cantón Santa Ana; contribuyendo con el desarrollo de los pequeños productores y microempresarios turísticos.

**Figura 2: Cadena de valor de turismo del cantón Santa Ana.**



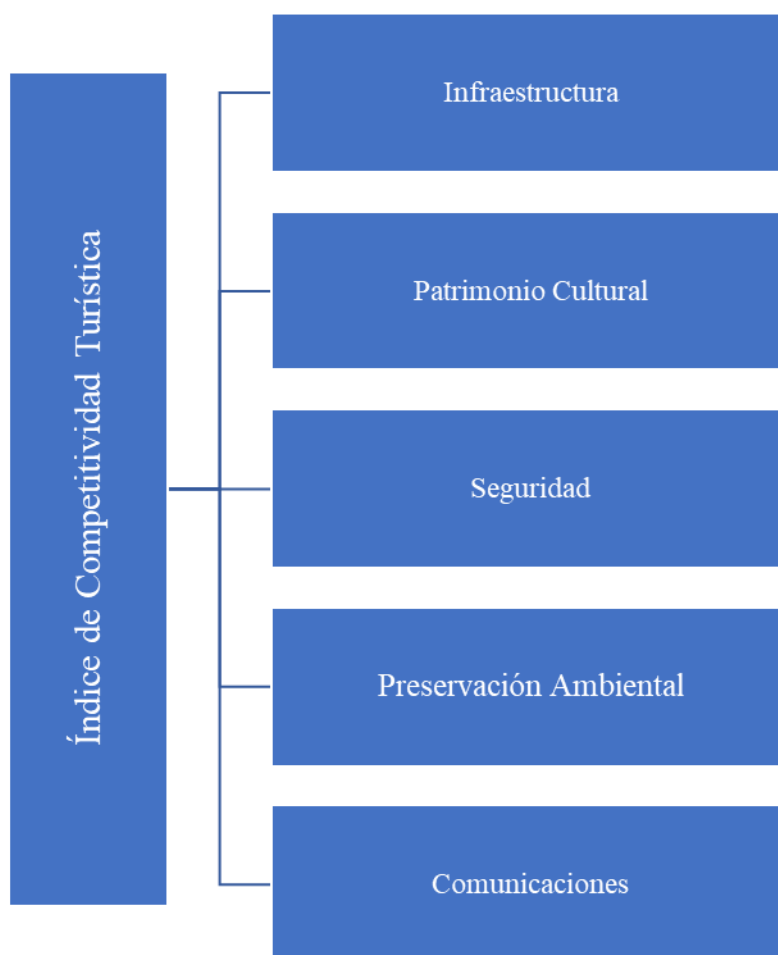
Elaborado por: Equipo consultor.

### 1.13. Competitividad turística de Santa Ana.

El Foro Económico Mundial define a la competitividad como “el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país” (World Economic Forum, 2016).

La competitividad turística mide los factores que permiten el desarrollo sostenible del sector, aportando así al desarrollo del país. Y para ello se basa en los siguientes índices:

**Figura 3: Índice de Competitividad Viajes y Turismo.**



Fuente: (Rodrigues & Carrasqueira, 2011)  
Elaborado por: Equipo consultor.



#### **1.14. Planificación Estratégica del Turismo.**

La planificación estratégica, establece los grandes ejes del desarrollo turístico, y puede ser definida, por consiguiente, como: el proceso destinado a la determinación de los objetivos generales del desarrollo, las políticas, el uso y el ordenamiento de los recursos a ser empleados con este fin. (p.37). (Acerenza M. Á., 1985)

Esto quiere decir que si se realiza una correcta planificación se podrá mejorar e incrementar los beneficios que el turismo ofrece tanto al sector público como al privado, además de contribuir con la conservación de las áreas destinadas para dicha actividad.

Por otra parte, es importante destacar el hecho de que se involucren todos los actores tanto públicos como privados, principalmente la comunidad, puesto que son ellos los implicados directamente empezando por el conocimiento de su territorio, hecho que constituye de suma importancia debido al valor que le pueden dar al mismo a través de su cultura e identidad y querer mostrarlo a los visitantes, lo que puede llegar a representar nuevas fuentes de ingresos y empleo.

“En casos como el turismo rural, no existirían servicios ofertados al turista si la comunidad local no estuviera presente” (Monterrubio Cordero, 2009).

Con esta idea se entiende que la comunidad local representa la calidez y la hospitalidad de un territorio, y también de ellos depende en gran medida que un turista se sienta bienvenido o no a un sitio. En cuanto al proceso de planificación se debe tomar en consideración que tratar con la comunidad a veces suele tornarse un poco complicado, esto es debido a que por desconocimiento suelen rehuir de estos procedimientos, o también por no comprender el

lenguaje técnico que se utiliza en estos casos. De cualquier manera, se debe intentar de involucrar su participación para llevar a cabo este proceso.

“Si algo define la potencialidad que adquiere el desarrollo local para el territorio es la pluri-dimensionalidad de su concepción, de su realización y de su proyección, en tanto implica, involucra y articula espacio y sociedad y reivindica e integra dimensiones: territorial, social, económica, política, cultural e integral, en síntesis, sistémica”. (Mantero, 2013)

Dichos atributos son claves para definir el proceso de transformación del progreso de una localidad mediante la planificación estratégica.

## **2. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO.**

En el presente diagnóstico se pretende evidenciar el progreso del turismo en sincronía con estos aspectos.

### **2.1. Turismo Internacional.**

El turismo y la industria de viajes es una actividad económica relativamente nueva. Aun así, se ha convertido en un sector esencial en nuestras sociedades y nuestro modo de vida. En la actualidad el turismo genera el 10 por ciento del PIB mundial, 1 de cada 10 puestos de trabajo y un 30 por ciento de las transacciones comerciales internacionales en el sector servicios. Asimismo, es fundamental en la balanza de pagos y constituye una fuente de ingresos vital en muchos países. (OMT, 2017)

Según el Barómetro de la OMT Organización Mundial del Turismo (2018); el comportamiento del turismo durante el año 2017 ha sido muy positivo, ya que refleja un crecimiento del 7% respecto del año anterior, llegando a 1323 millones de llegadas de turistas internacionales.

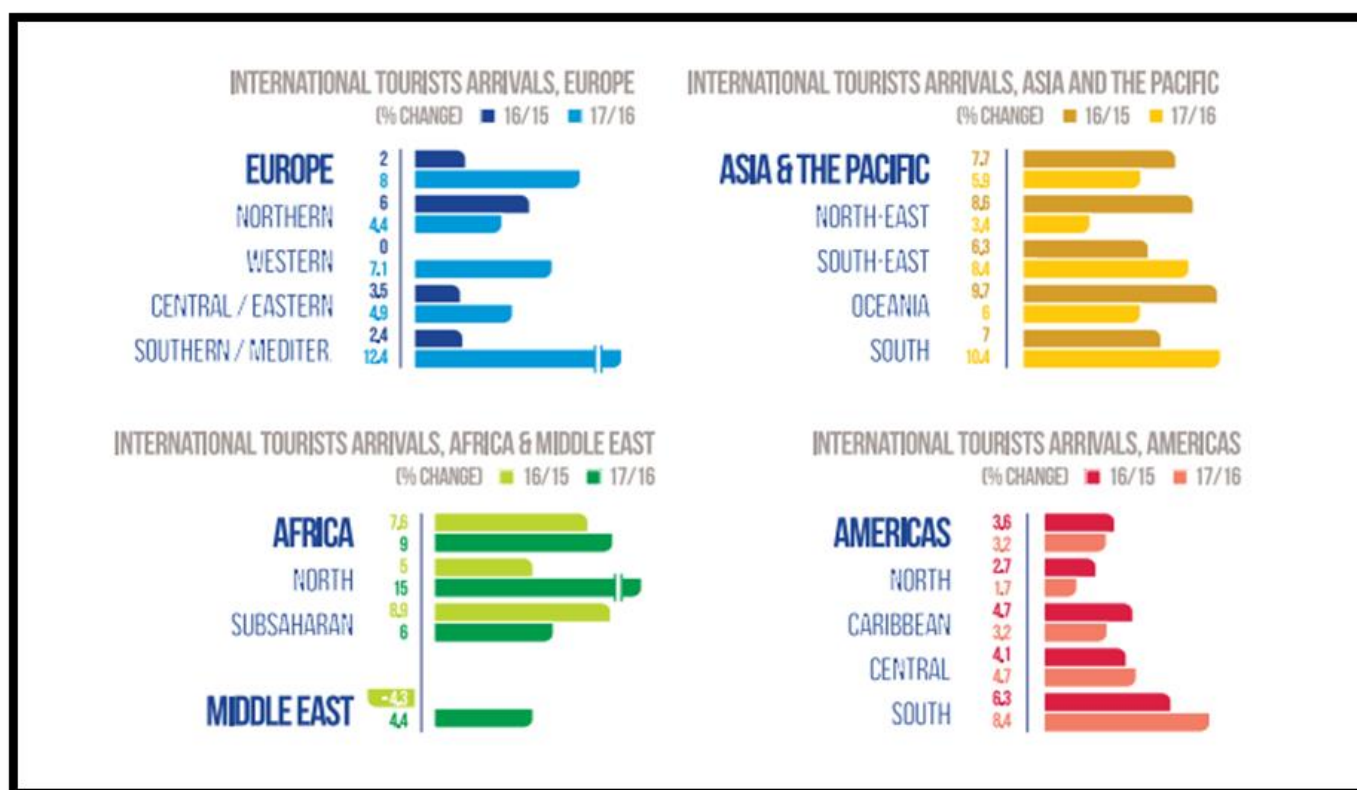
Los buenos resultados se reflejan en todas las regiones del mundo. En 2017 ha habido 84 millones más de turistas que en el año 2016, destacando las regiones de África y Europa. Liderada por los destinos del Mediterráneo, Europa obtuvo resultados extraordinarios para una región tan grande y más bien madura, registrando un 8% más de llegadas internacionales que en 2016. África consolidó su repunte de 2016 con un crecimiento del 8%. La región de Asia y el Pacífico registró un crecimiento del 6%, Oriente Medio del 5% y las Américas del 3%. (UNWTO Organización Mundial del Turismo, 2018).

Figura 4: Barometer 2018 - World Tourism Organization (UNWTO), April 2018.



Fuente: (UNWTO Organización Mundial del Turismo, 2018).

Figura 5: Barometer 2018 - World Tourism Organization (UNWTO), April 2018.



Fuente: (UNWTO Organización Mundial del Turismo, 2018).

### 2.1.1. Previsiones para el 2018.

Las previsiones indican que este fuerte impulso actual se mantendrá en 2018, aunque a un ritmo más sostenible después de ocho años de expansión constante, tras la crisis económica y financiera de 2009. Basándose en las tendencias actuales, las perspectivas económicas y la previsión del Grupo de Expertos de la OMT, la Organización anticipa que las llegadas de turistas internacionales en el mundo crecerán a un ritmo de entre el 4% y el 5% en 2018. Es una tasa ligeramente superior al 3,8% de crecimiento medio previsto por la OMT para el periodo 2010-2020 en su informe *Tourism Towards 2030* (El turismo hacia 2030), una previsión a largo plazo. Se anticipa que Europa y las Américas crecerán entre el 3,5% y el 4,5%, Asia y el Pacífico entre el 5% y el 6%, África entre el 5% y el 7% y Oriente Medio entre el 4% y el 6%. (UNWTO Organización Mundial del Turismo, 2018).

### **2.2. El Turismo en el Ecuador.**

Si bien es cierto, nuestro país es bendecido por diversas maravillas naturales y es llamado “el país de los cuatro mundos” debido a la corta distancia que existe entre una región y otra, cada una con características diferentes y atractivas, que lo convierten en un país atractivo por turistas nacionales y extranjeros; la actividad turística en el Ecuador está avanzando lentamente, y esto se debe a que no solamente no existe una debida planificación, sino que además las autoridades a cargo no implementan las políticas de forma adecuada y no se han sabido aprovechar los recursos que ofrece nuestro país a través una correcta promoción, teniendo en cuenta que al año arriban miles de turistas con ansias de conocer y disfrutar de las maravillas que ofrece el Ecuador.

“El Ecuador está considerado entre los 17 países con mayor diversidad en el mundo; estos países ocupan el 10% de la superficie del planeta, albergando siete de cada diez de las especies reconocidas”. (Burneo, 2009)

En septiembre del 2017 Ecuador recibió 14 premios de las 26 categorías que se presentaron en los World Travel Awards (WTA) edición Sudamérica; mientras que en diciembre del 2017 el país se hizo acreedor a 25 galardones y reconocimientos turísticos internacionales otorgados por los WTA. De estos, 15 corresponden al sector público y 10 al privado, que durante el año han recibido el reconocimiento internacional, tanto de organizaciones turísticas como de medios de comunicación especializados del mundo. (Mintur, 2017)

El 2017 se registró 1.663 millones de dólares por concepto de ingreso de divisas, lo que representa un crecimiento del 14,8% frente al 2016, pues el gasto promedio por turista fue de \$ 1.215,80 en su estadía de 8 noches 9 días. Esto significa que el visitante mantiene calidad de gasto, es decir que el dinero que deja al país por concepto de su viaje es mayor al registrado en años anteriores. El ingreso de divisas por concepto de turismo ubicó al sector en el 2017 como la tercera fuente de ingresos no petroleros en el país, luego de productos de exportación tradicional como: camarón y banano. (Andes, 2018)

“Según el Ministerio de Turismo eso ocurrió debido al retorno a las ferias internacionales, la promoción inteligente, la búsqueda de inversiones nacionales y extranjeras y el aumento de líneas aéreas que llegan al país”. (Andes, 2018)

### **2.3. Diagnóstico Turístico de la provincia de Manabí y del cantón Santa Ana.**

La provincia de Manabí fue creada el 25 de junio de 1824, se encuentra ubicada en el centro de la región costera del país. Limita: Al norte con Esmeraldas, al sur con Santa Elena, al este

con Santo Domingo de los Tsáchilas, Los Ríos y Guayas; y al oeste con el Océano Pacífico. Está conformada por 22 cantones: 24 de Mayo, Bolívar, Chone, El Carmen, Flavio Alfaro, Jama, Jaramijó, Jipijapa, Junín, Manta, Montecristi, Olmedo, Paján, Pedernales, Pichincha, Portoviejo, Puerto López, Rocafuerte, San Vicente, Sucre y Tosagua. (Gobierno Provincial de Manabí, 2017)

Tiene una superficie aproximada a los 18.878 kilómetros cuadrados y está al oeste del Océano Pacífico. Posee 350 kilómetros de playa y atraviesa el paralelo 0 en su parte norte. Su población es cercana a los 1.180.335 habitantes. Tiene un clima agradable, entre subtropical seco y tropical húmedo, con 25 grados centígrados promedio por año. (Gobierno Provincial de Manabí, 2016)

Posee atractivos únicos que van desde la belleza de sus playas hasta lo más profundo de sus montañas y paisajes naturales. Su historia, cultura y sobre todo su exquisita gastronomía hacen de esta provincia un destino que merece ser visitado.

La Coordinación General de Estadísticas e Investigación del Ministerio de Turismo informó que durante 2016 los desplazamientos por turismo interno fueron de 12,3 millones de viajes, lo que dinamizó la economía en el Ecuador con \$ 285,5 millones. El 40% de estos desplazamientos fue realizado en los diferentes feriados, lo que representó más de 4,9 millones de viajes alrededor del país. La provincia más visitada por ecuatorianos en 2016 fue Santa Elena, seguida de Manabí y Esmeraldas. (Ecuavisa, 2017)

De acuerdo a estos datos se evidencia que Manabí resulta atractiva para los ecuatorianos, lo que representa una oportunidad de desarrollo para todos los cantones de la provincia mediante la correcta planificación de la actividad turística. Cabe destacar que el turismo en Manabí



tiende a diversificar su oferta debido a la variedad de sus diferentes escenarios que permiten el desarrollo de nuevos productos turísticos ajenos al turismo masivo por el que es reconocida, abriendo nuevas oportunidades a los cantones que cuentan con espacios verdes alejados a la zona costera, como lo es en este caso específico el cantón Santa Ana.

Santa Ana se encuentra ubicado en el centro sur de la provincia de Manabí, limita al Norte con el cantón Portoviejo; al Sur con los cantones Olmedo y 24 de Mayo; al Este con el cantón Pichincha y al Oeste con los cantones 24 de Mayo, Jipijapa y Portoviejo. El cantón Santa Ana tiene una extensión de 1036,96 km<sup>2</sup>. (GAD Municipal Santa Ana, s.f.)

“El cantón Santa Ana se divide en seis parroquias; dos parroquias urbanas que son: Santa Ana de Vuelta Larga y Lodana y cuatro parroquias rurales: Ayacucho, Honorato Vásquez, La Unión y San Pablo de Pueblo Nuevo”. (GAD Municipal Santa Ana, s.f.)

“El clima de Santa Ana es tropical seco con estaciones de invierno y verano bien diferenciadas; la temperatura promedio anual es de 26°C. La temperatura máxima absoluta ha llegado a 37°C y la mínima a 14°C”. (GAD Municipal Santa Ana, s.f.)

Santa Ana descansa en un valle rodeado de cerros y montañas, los cuales ofrecen a sus visitantes unos pintorescos paisajes de la campiña manabita, caracterizado por la actividad agrícola y ganadera como su principal fuente de ingresos, su gente amable y una exquisita gastronomía.

“La combinación de actividades agrarias y turísticas en el medio rural se presenta en muchos países como una opción dominante de diversificación desde los años noventa” (Diéguez Castrillón, Gueimonde Canto, Blanco Cerradelo, & Sinde Cantorna, 2011)

No obstante, no se pretende que el turismo reemplace la actividad agrícola, sino más bien que sea un complemento a las actividades de los habitantes de una zona.

La naturaleza ha sido generosa con este lugar, puesto que sus ríos y montañas forman un corredor turístico bañado por las aguas del río Grande o también llamado Portoviejo, donde a lo largo de su cauce, se asientan numerosos balnearios de agua dulce que atraen a los visitantes por la tranquilidad y bondad de sus aguas, que invitan a la recreación y al descanso, y que además ofrecen el servicio de comida típica, muy apetecida por los visitantes por la preparación en hornos de leña, lo cual le proporciona un sabor exquisito.

“El corredor turístico de Santa Ana, cuenta con una extensión de 41 km desde la Parroquia Lodana hasta la Parroquia Honorato Vásquez, culminando en varios sitios rurales como Poza Honda, sitio El Moral y Los Cuyeyes.” (Revista LA GENTE de Manabí, 2013).

Estos lugares generalmente son frecuentados durante los fines de semana, en los que los visitantes desean alejarse de la ciudad y disfrutar de estos espacios naturales que brindan tranquilidad y descanso, del campo manabita, sin embargo, se nota más la afluencia turística durante los feriados, especialmente los de carnaval y semana santa.

Santa Ana no solo cuenta con amplias áreas rurales nutridas de recursos naturales también representa cultura, folklore, tradiciones orales como amorfinos, cuentos y leyendas, lo que constituye un patrimonio intangible, que precisa ser intervenido para no perder esa identidad y se siga transmitiendo de generación a generación.

El Patrimonio cultural inmaterial es un pilar fundamental del turismo rural, porque transmite de manera privilegiada la identidad cultural del área receptiva y hace posible la participación

activa de los visitantes en las expresiones de música, danza, tradiciones, creencias, artesanías, y cocina. (Varisco, 2016)

Sin duda poder admirar las bondades de la naturaleza, saborear un plato bajo la sombra de un cañaveral junto al río, el contacto directo con los animales, o participar de la cosecha de una granja ecológica, puede representar una atractiva experiencia al turista, sin embargo, estos ejemplos de actividades precisan ser parte de un oportuno manejo de acciones a realizar mediante una adecuada planificación.

“El desarrollo turístico deja de ser visto conceptualmente como fruto del azar y se convierte en una actividad cuya mayor o más acertada evolución pasa a depender de estrategias de diseño, promoción y comercialización cuidadosamente estudiadas y planificadas” (p.5). (Reyes Ávila & Barrado Timón, 2005)

Todo diagnóstico permite conocer la situación en la que se encuentra una actividad, producto o servicio. Teniendo en cuenta que la mayor parte del cantón es rural, el turismo rural comunitario puede ser un modelo de gestión adecuado para esta zona. Y, además, se considera uno de sus principales objetivos mejorar el nivel de vida de los habitantes de las comunidades, así como también contribuir a la preservación de su territorio, mediante prácticas de turismo responsable.

#### **2.4. Análisis de la oferta local.**

De acuerdo con información brindada por el Departamento de Turismo del cantón Santa Ana respecto al catastro de establecimientos relacionados al turismo elaborado en el 2013, se encuentran registrados únicamente los establecimientos del casco urbano de la parroquia Santa Ana de Vuelta Larga siendo los siguientes:

**Tabla 1: Planta turística del casco urbano de la parroquia Santa Ana de Vuelta Larga, 2012.**

Tipo	Cantidad
Restaurantes	24
Panadería y pastelería	1
Hostales	3
Centros recreacionales	2

Fuente: Catastro turístico del cantón Santa Ana.

Elaborado por: Equipo consultor.

El catastro turístico se encuentra desactualizado y con información insuficiente, por lo que se recomienda realizar un nuevo catastro de los establecimientos de todas las parroquias del cantón Santa Ana, siguiendo los criterios de la OMT y del Ministerio de Turismo (MINTUR).

#### 2.4.1. Infraestructura.

La vía principal de acceso a Santa Ana va desde el Cantón Portoviejo llegando hasta Poza Honda, se encuentra pavimentada y en buen estado. Generalmente las vías secundarias hacia las comunidades son lastradas y se deterioran en épocas de lluvias. Existen tres cooperativas de buses, dos de ellas son inter-cantoniales Vuelta Larga y Cita; y una interprovincial que es la cooperativa Poza Honda, misma que brinda el servicio desde Guayaquil y desde Portoviejo y conectan con las parroquias Pueblo Nuevo y La Unión. Además, se encuentra el servicio de camionetas de la cooperativa Compañía Limitada Santa Ana, que cubren las vías secundarias hacia las comunidades rurales.

Por otro lado, cuenta con tres hoteles en la cabecera cantonal Santa Ana de Vuelta Larga, que son: Girasol, Omar Alejandro y Crismar; dos en el biocorredor que son Cabañas Nevis y Centro Turístico San Valentín, uno en zona alta de la parroquia Honorato Vásquez llamado La

Quinkigua y dos en la zona de La Represa Poza Honda que son La casa del Gringo y Finca Orgánica Agua Blanca.

Existe gran cantidad de restaurantes y comedores en la cabecera cantonal y a lo largo del biocorredor turístico, que constituyen el principal atractivo del cantón debido a que oferta comida típica preparada en horno de leña.

El cantón Santa Ana no cuenta con servicios de agencias de viajes ni operadoras de turismo.

#### 2.4.2. Patrimonio cultural.

Santa Ana cuenta con una gran cantidad de tradiciones y costumbres que representan la cultura ancestral del campo manabita, entre ellos están: la tradición oral, el festival de la empanada, el descenso de las balsas por el río, la casa de los abuelos con el festival de la tradición oral y la semilla, las tejedoras de sombreros, así como fiestas tradicionales como las de San Pedro y San Pablo. Toda esta riqueza cultural no está siendo difundida y aprovechada adecuadamente, además de no ser valorada por los habitantes del cantón; es por ello que en otros cantones tampoco son conocidas.

#### 2.4.3. Seguridad.

Santa Ana es un cantón con una adecuada cobertura de seguridad pública, la Policía Nacional y el Cuerpo de Bomberos trabajan articuladamente en la zona turística (Biocorredor) para velar el bienestar de la ciudadanía y visitantes; en cuanto a salud por todo el cantón existen centros de salud pública que operan en días de semana.

En cuanto a la percepción de residentes y visitantes se muestra que la seguridad turística es buena al ser un cantón tranquilo; además de no presentar accidentes en la zona turística. Sin

embargo, los atractivos naturales potenciales ubicados en las comunidades no cuentan con medidas de seguridad.

#### 2.4.4. Preservación ambiental.

El cantón está ubicado en una zona rural de afluentes y montañas, su riqueza natural es excepcional; no obstante, se ha percibido que los habitantes no la aprecian y esto ha llevado a la contaminación de los ríos, cascadas, balnearios y del suelo en general con basura, pesticidas y fungicidas, además de la introducción de especies que deterioran el suelo como la teca y el limón.

#### 2.4.5. Comunicaciones.

La comunicación del cantón es limitada, únicamente la cabecera cantonal y Lodana cuenta con un servicio óptimo de señal telefónica e internet. En las parroquias Ayacucho y Honorato Vásquez la señal telefónica y de internet varía de acuerdo al sitio y a la operadora que se utilice. Mientras que en la parroquia La Unión solamente hay señal telefónica en la cabecera parroquial y en las comunidades más cercanas, dependiendo igualmente de la operadora que se disponga; y en cuanto al internet sólo lo tiene el GAD Parroquial. Por último, en la parroquia San Pablo de Pueblo Nuevo la señal es nula, debido a que no existe una antena receptora de señal telefónica ni de internet; allí exclusivamente se encuentra telefonía fija.

### **2.5. Análisis de la demanda.**

Durante la fase diagnóstico se ha realizado el estudio de mercado, en donde se ha identificado que la demanda es principalmente de otros cantones de la provincia de Manabí, en segundo lugar, se encuentra el mercado local y finalmente en una mínima proporción, visitantes de otras provincias del país.

### 2.5.1. Perfil del turista de otros cantones de la provincia de Manabí.

Quienes conforman este grupo en su gran mayoría provienen de los cantones Portoviejo y Manta que son empleados privados y públicos de 30 a 40 años, que viajan en familia y su principal motivación es por ocio, recreo y vacaciones, además de visitas a familiares y amigos.

### 2.5.2. Perfil del turista local.

El turista local es principalmente trabajador por cuenta propia, dedicado a actividades agrícolas y pecuarias, su rango de edad es de 30 a 40 años, su motivación de viaje es la de visita a parientes y amigos.

### 2.5.3. Perfil del turista de otras provincias del país.

Los turistas de otras provincias del país, son los que visitan en menor proporción al cantón y son mayoritariamente de Guayaquil y Quito.

## **2.6. Análisis de la competencia.**

Con base al análisis elaborado por el equipo consultor se han identificado que los competidores naturales de Santa Ana son los siguientes cantones: Bolívar, Olmedo, 24 de mayo y Pichincha; debido a sus propiedades rurales y similitudes geográficas, motivando a que se oferte las mismas actividades turísticas como el turismo de naturaleza, turismo rural, la gastronomía y balnearios de agua dulce. En consecuencia, estas particularidades impulsan a que Santa Ana desarrolle una oferta innovadora con aspectos diferenciadores aprovechando el entorno natural y sus manifestaciones culturales.

## **2.7. Atractivos Turísticos relevantes y Actividades Turísticas.**

Todos los atractivos turísticos comienzan siendo primero recursos, los mismos que pueden ser naturales y culturales, y a su vez se pueden convertir en atractivos siempre y cuando sean

dotados de infraestructura y servicios, brindando facilidades a los turistas, para finalmente transformarse en productos turísticos.

Las actividades turísticas comprenden las acciones que un turista pueda realizar en un atractivo turístico y a la vez hace que la visita del turista sea memorable.

Para la elaboración del “Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del cantón Santa Ana” se realizó una investigación en las cuatro parroquias rurales (Ayacucho, Honorato Vásquez, La Unión y San Pablo de Pueblo Nuevo) y las dos parroquias urbanas (Santa Ana de Vuelta Larga y Lodana), para conocer in situ las realidades territoriales donde se llevan a cabo las actividades turísticas del cantón. Estas visitas de campo se basaron en información proporcionada por el personal del GAD cantonal y habitantes del cantón Santa Ana, además de documentos facilitados por el GAD cantonal, como son:

- Listado de atractivos del cantón Santa Ana, facilitado por el GAD Santa Ana.
- Visitas técnicas realizadas entre marzo y septiembre del 2018 por el equipo técnico de la Maestría de la Universidad San Gregorio de Portoviejo.



Como resultado de esta investigación, se han encontrado los siguientes recursos turísticos en el cantón:

Atractivos y recursos turísticos de la parroquia Ayacucho.

**Tabla 2: Atractivos y recursos turísticos de la parroquia Ayacucho.**

Nº	Atractivos	Sitio	Categoría	Tipo	Actividades Turísticas	Observaciones
1	Mirador de Palo Largo	Palo Largo	Atractivo Natural	Montaña	Senderismo, bicicleta	
2	Casa de los Abuelos	Río Caña	Manifestación Cultural	Folklore	Actividades vivenciales y/o lúdicas	Se realiza el festival anual de la tradición oral y la semilla.
3	Cascada la Cueva de los Pájaros	Río Ciego	Atractivo Natural	Río, cascada	Senderismo, picnic	Estacional
4	Tejedoras de sombreros	San Bartolo / Agua Fría	Manifestación Cultural	Folklore	Actividades vivenciales	Se encuentran en los Sitios San Bartolo y Agua Fría
5	Festival de la Empanada	Centro de Ayacucho	Manifestación cultural	Evento Programado	Presentaciones temáticas temporales, venta de empanadas de verde	Evento anual en el Parque Central
6	Badén de la Poza	La Poza	Atractivo Natural, Arquitectura	Río	Pista para eventos, consumo de platos típicos, actividades recreativas.	

Fuente: Visitas al territorio de la parroquia Ayacucho del cantón Santa Ana.  
Elaborado por: Equipo consultor.

Atractivos y recursos turísticos de la parroquia Honorato Vásquez.

**Tabla 3: Atractivos y recursos turísticos de la parroquia Honorato Vásquez.**

N°	Atractivos	Sitio	Categoría	Tipo	Actividades Turísticas	Observaciones
1	Río Mineral	Bella Flor	Atractivo Natural	Río	Actividades recreativas, picnic	Es uno de los afluentes que alimenta la Represa Poza Honda y a su vez forma al Río Grande.
2	Río Pata de Pájaro	Cuyeyes	Atractivo Natural	Río	Actividades recreativas, picnic	Es uno de los afluentes que alimenta la Represa Poza Honda y a su vez forma al Río Grande.
3	Cascada La Chorrera	La Chorrera	Atractivo Natural	Río, cascada	Actividades recreativas, picnic	Estacional
4	La Quinkigua	La Laguna	Arquitectura, atractivo natural	Comunitario	Actividades recreativas, picnic, consumo de platos típicos, senderismo, alojamiento	
5	Represa Poza Honda	Poza Honda	Atractivo Natural	Río	Paseos en canoa, avistamiento de aves	Dentro de la Represa se encuentra la Isla de los Pájaros.
6	Cascada San Ramón	Guarumo	Atractivo Natural	Río, cascada	Actividades recreativas, picnic	Estacional

7	Centro Turístico San Valentín	Guarumo	Arquitectura	Piscinas, río	Actividades recreativas, consumo de platos típicos, alojamiento	
8	Balneario San Martín	Guarumo	Atractivo Natural	Río	Actividades recreativas, consumo de platos típicos	
9	Mirador de la Tablada del Guarumo	Guarumo	Atractivo Natural	Montaña	Senderismo, bicicleta	
10	La Casa del Gringo	Los Platanales	Atractivo Natural – Arquitectura		Alojamiento, avistamiento de avifauna, senderismo	
11	Finca Orgánica Agua Blanca	El Tillo	Atractivo Natural	Montaña	Alojamiento, avistamiento de avifauna, senderismo	
12	Centro Turístico La Finca	El Tamarindo	Atractivo Natural	Piscinas, río	Alojamiento, senderismo, consumo de platos típicos, actividades recreativas	
13	Cascada El Salto del Desgraciado	El Tamarindo	Atractivo Natural	Montaña, cascada	Senderismo, actividades recreativas, picnic	Estacional

Fuente: Visitas al territorio de la parroquia Honorato Vásquez del cantón Santa Ana.

Elaborado por: Equipo consultor.

Atractivos y recursos turísticos de la parroquia La Unión.

**Tabla 4: Atractivos y recursos turísticos de la parroquia La Unión.**

Nº	Atractivos	Sitio	Categoría	Tipo	Actividades Turísticas	Observaciones
1	Piscinas Las Tinas	Centro de La Unión	Arquitectura	Piscina	Actividades recreativas, consumo de platos típicos, alojamiento, pista para eventos	
2	Balneario La Boca de la Palma	Centro de La Unión	Atractivo Natural	Río	Actividades recreativas	Convergen los ríos Plátano y Mamey, formando el río Pucón
3	Cascada de Corralón	Corralón	Atractivo Natural	Río, cascada	Actividades recreativas, senderismo, picnic	Estacional
4	Parque Central	Centro de La Unión	Manifestación Cultural	Folklore	Fiesta anual de San Pedro y San Pablo	

Fuente: Visitas al territorio de la parroquia La Unión del cantón Santa Ana.

Elaborado por: Equipo consultor.

Atractivos y recursos turísticos de la parroquia San Pablo de Pueblo Nuevo.

**Tabla 5: Atractivos y recursos turísticos de la parroquia San Pablo de Pueblo Nuevo.**

Nº	Atractivos	Sitio	Categoría	Tipo	Actividades Turísticas	Observaciones
1	Cascada de Don Atilio Briones	Domingo	Atractivo Natural	Río, cascada	Senderismo, picnic, actividades recreativas	Estacional
2	Salto de Agua La Romántica	Domingo	Atractivo Natural	Río, cascada	Senderismo, picnic, actividades recreativas	Estacional
3	Finca de los hermanos Segundo y Colón Sornoza	El Moral	Atractivo Natural	Río, cascada	Senderismo, picnic, actividades recreativas	Estacional
4	La Compuerta	Pueblo Nuevo	Arquitectura	Río	Actividades recreativas	Balneario del reservorio de agua

Fuente: Visitas al territorio de la parroquia San Pablo de Pueblo Nuevo del cantón Santa Ana.

Elaborado por: Equipo consultor.

Atractivos y recursos turísticos de la parroquia Santa Ana de Vuelta Larga.

**Tabla 6: Atractivos y recursos turísticos de la parroquia Santa Ana de Vuelta Larga.**

Nº	Atractivos	Sitio	Categoría	Tipo	Actividades Turísticas	Observaciones
1	Cabañas Nevis	Las Guajias	Arquitectura, atractivo natural	Río	Actividades recreativas, discoteca, alojamiento, consumo de platos típicos, pista para eventos.	
2	Balneario La Lucha	La Lucha	Atractivo natural	Río	Actividades recreativas, consumo de platos típicos.	
3	Balneario Las Delicias	Las Delicias	Atractivo natural	Río	Actividades recreativas, consumo de platos típicos, pista para eventos.	
4	Balneario Las Guajias	Las Guajias	Atractivo natural	Río	Actividades recreativas, consumo de platos típicos.	
5	El Salto de la Tigra	Taina Adentro	Atractivo natural	Cascada	Actividades recreativas, picnic	Estacional
6	Balneario Los Santanitas	Sasay	Atractivo natural	Río	Actividades recreativas, consumo de platos típicos.	
7	Salto de agua Bonce Adentro	Bonce Adentro	Atractivo natural	Río	Actividades recreativas, picnic	
8	Trapiches	Bonce Afuera	Manifestación cultural	Folklore	Actividades Vivenciales.	Extracción de jugo de caña y elaboración de sus derivados.

Fuente: Visitas al territorio de la parroquia Santa Ana de Vuelta Larga del cantón Santa Ana.

Elaborado por: Equipo consultor.

### 2.7.1. Análisis general de los recursos y atractivos turísticos del cantón Santa Ana.

Se realizó la recopilación de la información de los recursos y atractivos turísticos del cantón Santa Ana, cuyas fichas se encuentran adjuntas en los anexos. El cantón posee una gran riqueza cultural y natural principalmente, al realizar el levantamiento de la información se encontraron 35 recursos y atractivos de los cuales 27 son naturales, 5 culturales y 3 son arquitectónicos. La difusión de los atractivos se realiza únicamente a nivel local. Entre los sitios naturales se encuentran: cascadas, cuevas, cerros, esteros, ríos, fincas orgánicas y la Represa Poza Honda; y entre los culturales se encuentran: tradiciones orales, actos festivos, festivales gastronómicos, técnicas artesanales de tejidos de sombreros en paja toquilla, conocimientos y usos relacionados con medicina natural ancestral.

Con estos resultados se demuestra que Santa Ana es un cantón que posee un gran potencial turístico tanto natural como cultural, sin embargo, debido a la insuficiencia de facilidades turísticas el sector no alcanza el desarrollo adecuado.

### **2.8. Estudio de mercado.**

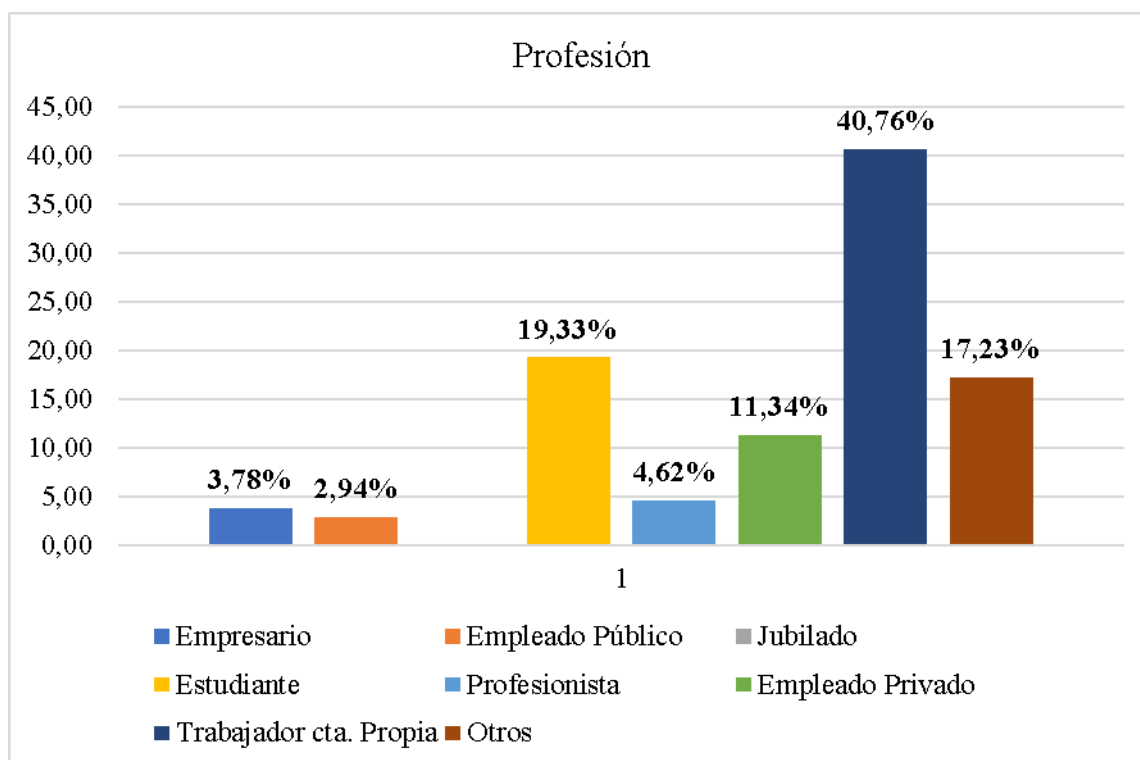
En la fase de diagnóstico del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del cantón Santa Ana, se recopiló información respecto a componentes que tienen relación con el turismo local y receptivo mediante encuestas realizadas en carnaval, semana santa y los fines de semana de abril, mayo, junio, julio y agosto, a residentes y visitantes en el cantón Santa Ana, con equipos de trabajo distribuidos en diferentes sitios.

Se realizaron 802 encuestas que están divididas en dos grupos: 238 de turismo interno (visitantes locales) y 564 encuestas a visitantes provenientes de otros cantones y provincias del país.

### 2.8.1. Análisis de demanda de turismo interno (visitantes locales).

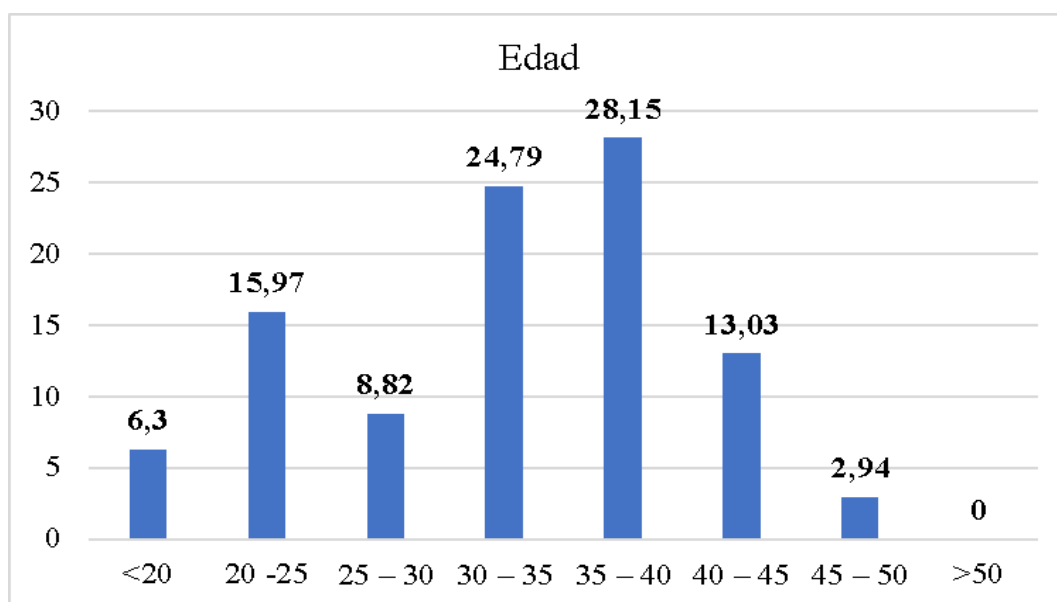
El análisis de turismo interno del cantón Santa Ana indica que el 61,34% son de sexo masculino y el 38,66% femenino.

**Figura 6: Profesión.**



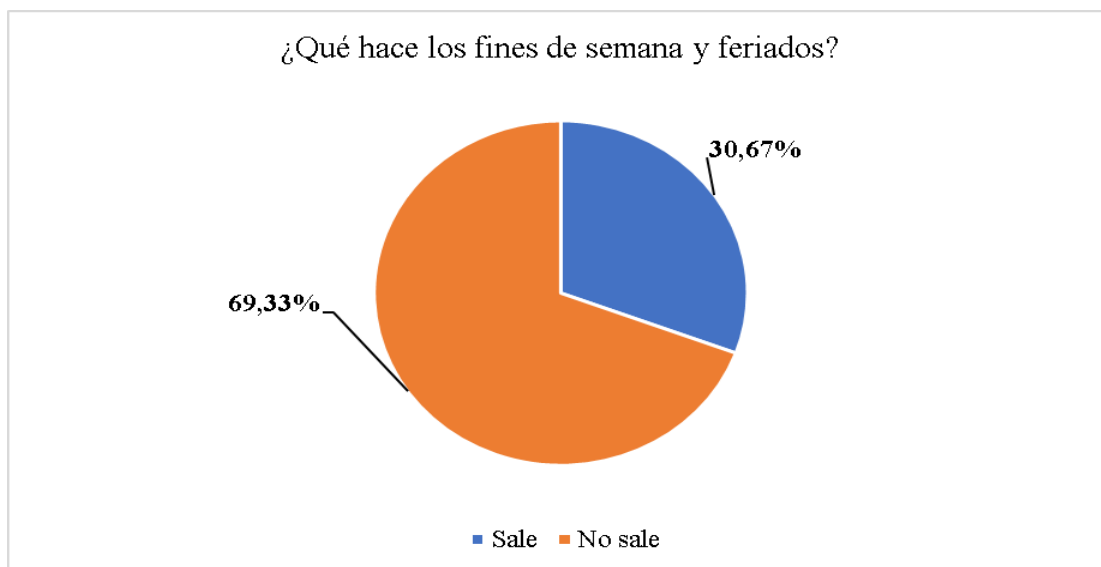
La mayor parte de los encuestados correspondiente al 40,76% trabajan por cuenta propia, seguido del 19,33% que son estudiantes, el 17,23% otros, el 4,62% son profesionales y en menor medida se encuentran los empresarios con el 3,78% y los empleados públicos con el 2,94%.



**Figura 7: Edad promedio.**

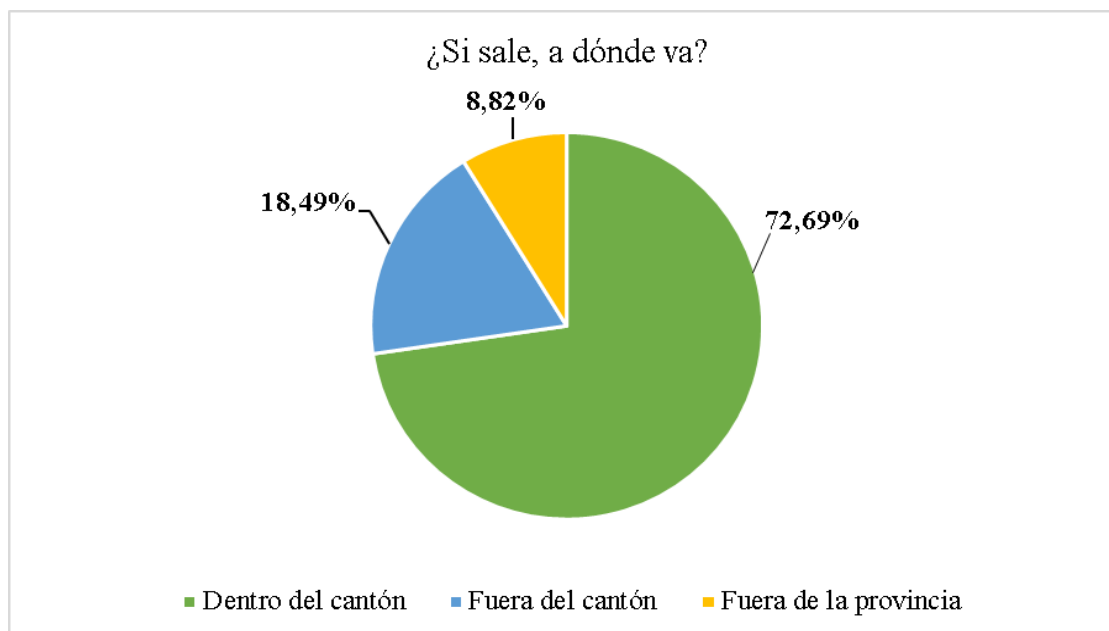
La mayoría de los encuestados que corresponde el 28,15% se enmarca en el rango de edad de 35-40 años y el 24,79% de 30-35 años de edad, seguido del 15,97% de 20 – 25 años y 13,03% de 40-45% y en menor medida con 8,82% de 15-30 años, 6,3% menos de 20 años y el 2,94% de 45-50 años de edad.

**Figura 8: ¿Qué hacen los fines de semana y feriados?**



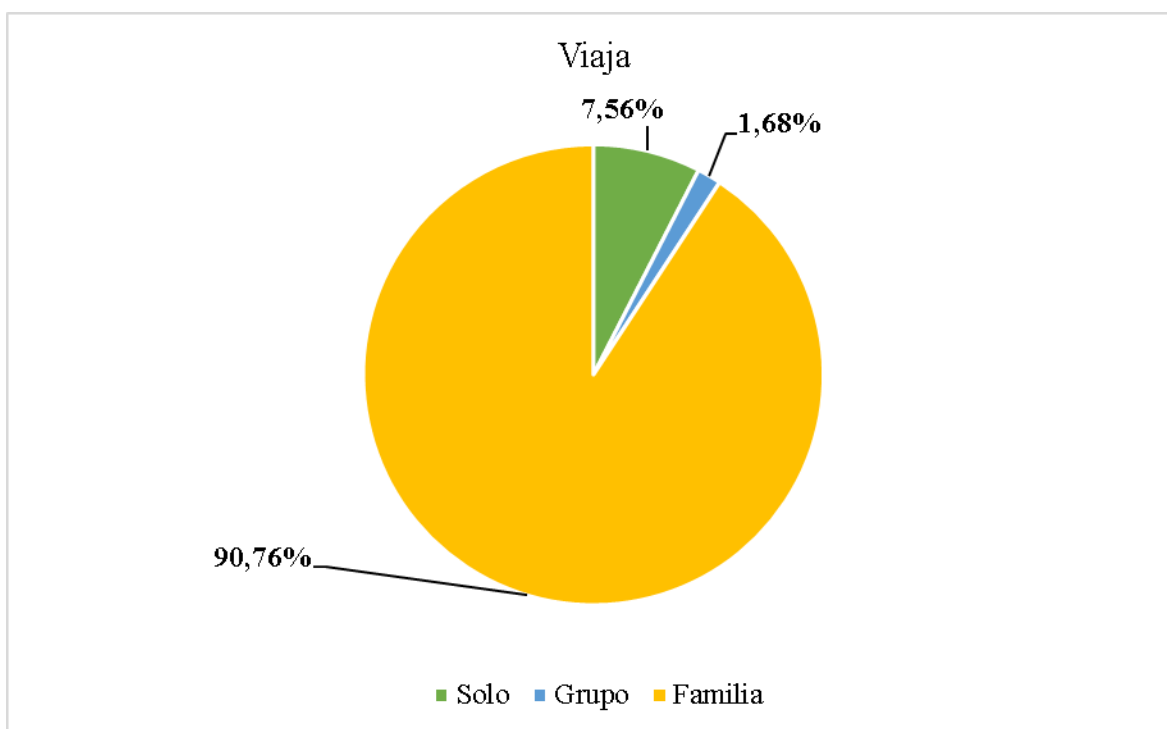
El 69,33% de los encuestados de turismo interno no sale de Santa Ana, mientras que el 30,67% sale del cantón.

**Figura 9: ¿A dónde van?**

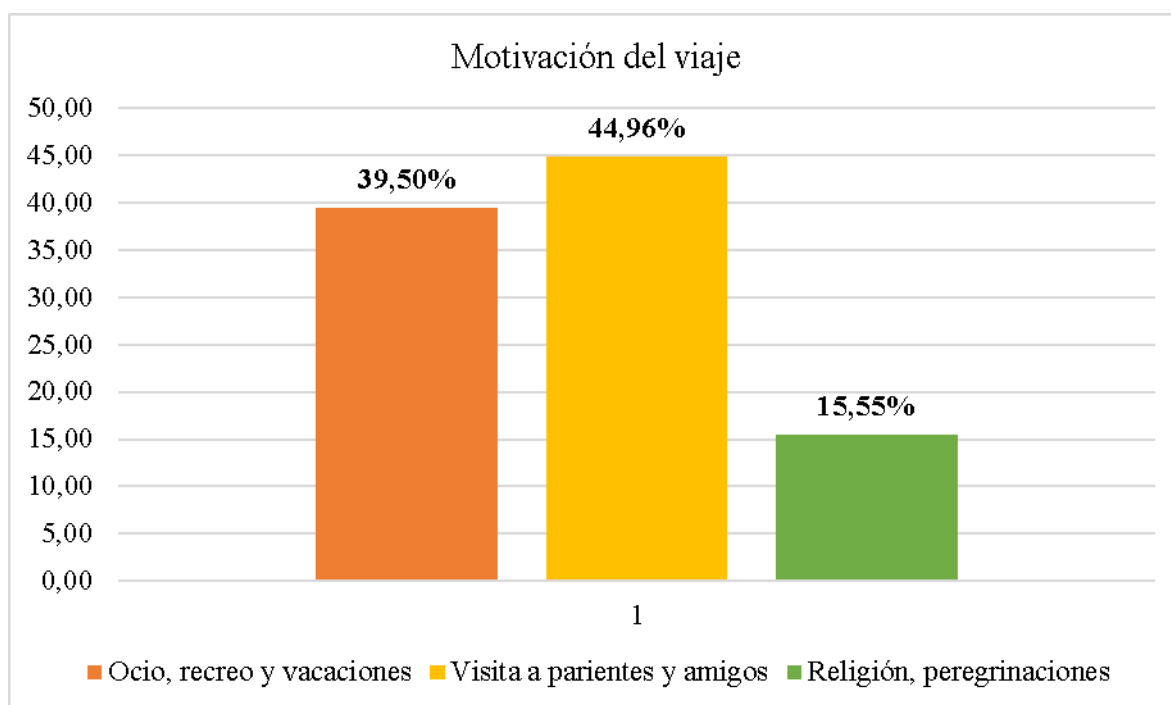


La mayoría de los encuestados correspondiente al 72,69% cuando sale lo hace dentro del cantón, el 18,49% cuando sale va fuera del cantón y en menor medida con 8,82% sale fuera de la provincia.

Figura 10: ¿Con quién viaja?

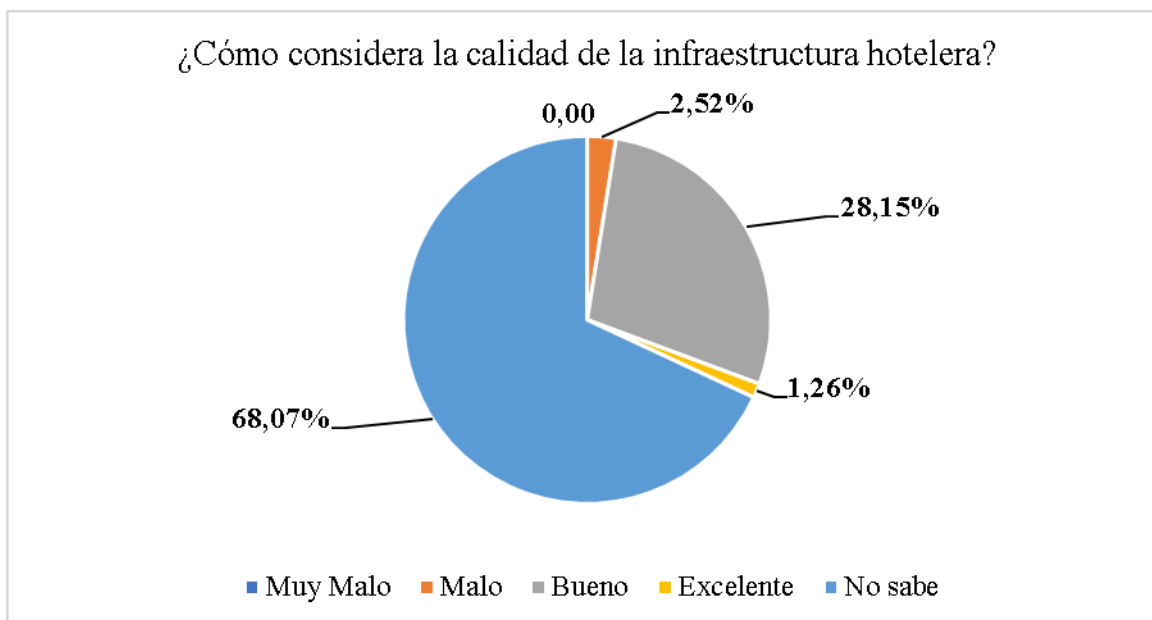


Dentro del estudio de turismo interno la mayor parte de los encuestados que corresponde al 90,76% viaja en familia, seguido del 7,56% que viaja solo y por último el 1,68% viaja en grupo.

**Figura 11: Motivación del viaje.**

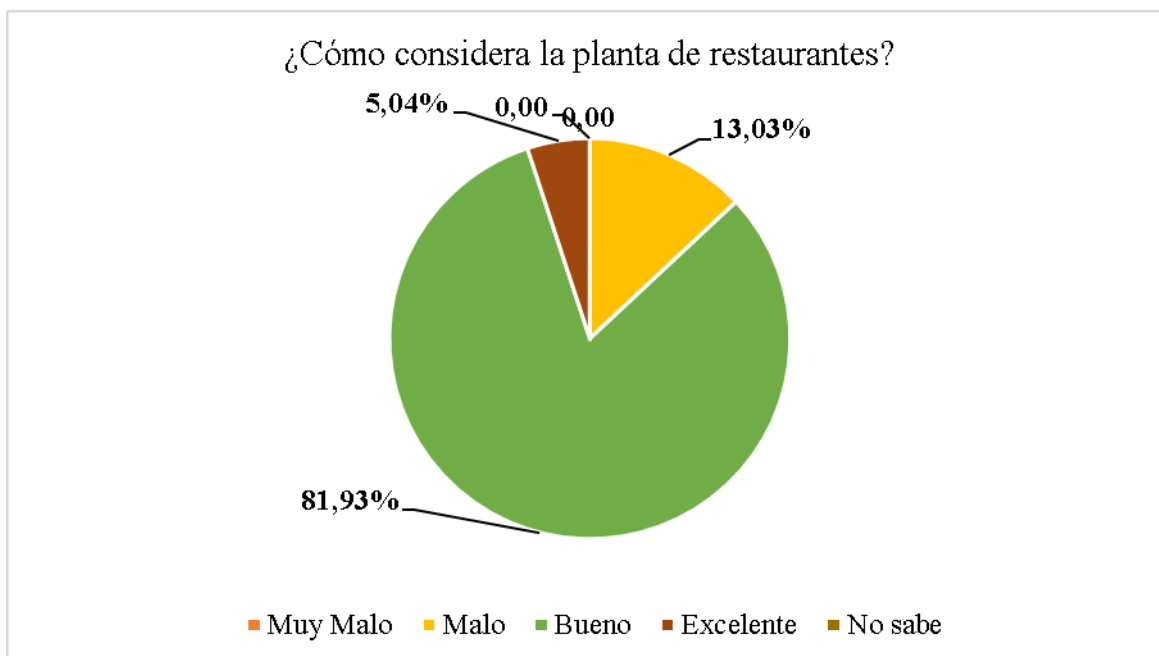
La mayor parte de los encuestados con un 44,96% viajan por visita a parientes y amigos, seguido del 39,50% viajan por ocio, recreo y vacaciones y por último con el 15,55% viajan por religión y peregrinaciones.

Figura 12: ¿Cómo consideran la calidad de la infraestructura hotelera?



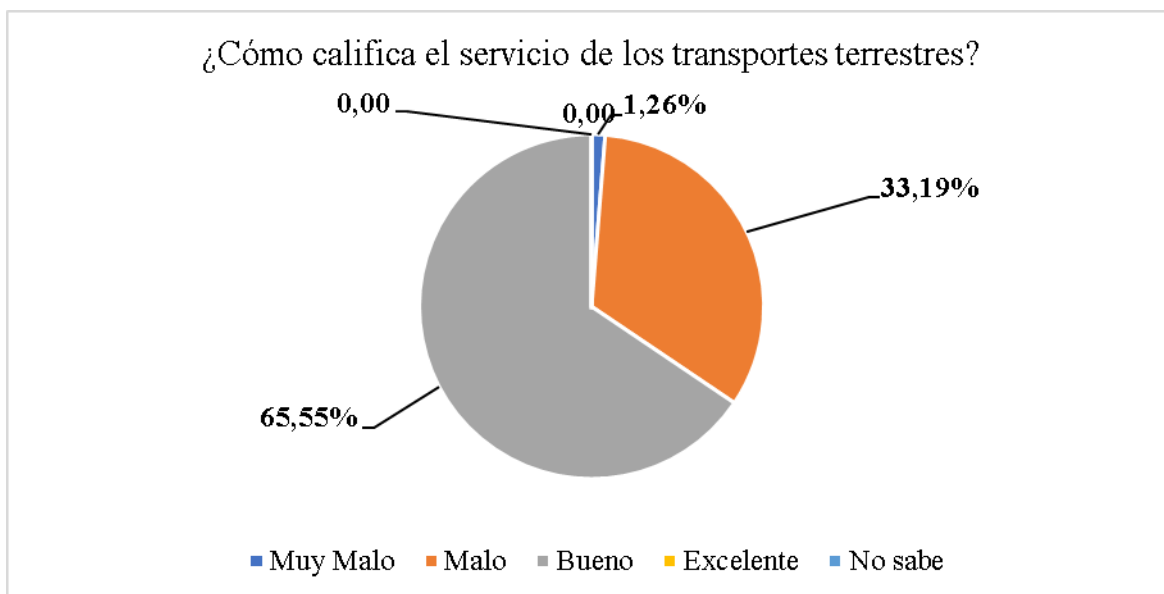
La mayoría de los encuestados correspondientes a un 68,07% no sabe acerca de la calidad de la infraestructura hotelera, seguido del 28,15% que considera que la calidad es buena y en una menor parte el 2,52% la considera mala y 1,26% la califica como excelente.

Figura 13: ¿Cómo consideran la planta de restaurantes?



La mayor parte de los encuestados con un 81,93% considera a la planta de restaurantes como bueno, seguido del 13,03% lo considera como malo y por último con el 5,04% no sabe acerca de la planta de restaurantes.

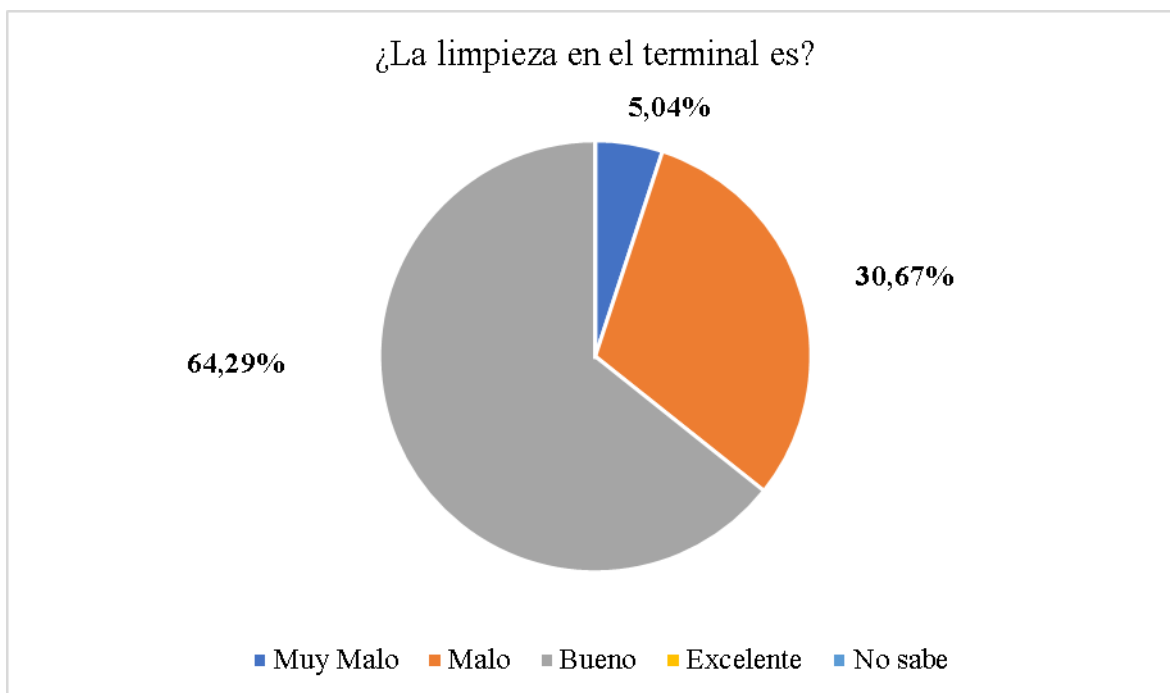
Figura 14: ¿Cómo califican el servicio de los transportes terrestres?



La mayoría de los encuestados en un 65,55% consideran el transporte como bueno, seguido del 33,19% lo considera como malo y en una menor parte correspondiente al 1,26% lo considera como muy malo.

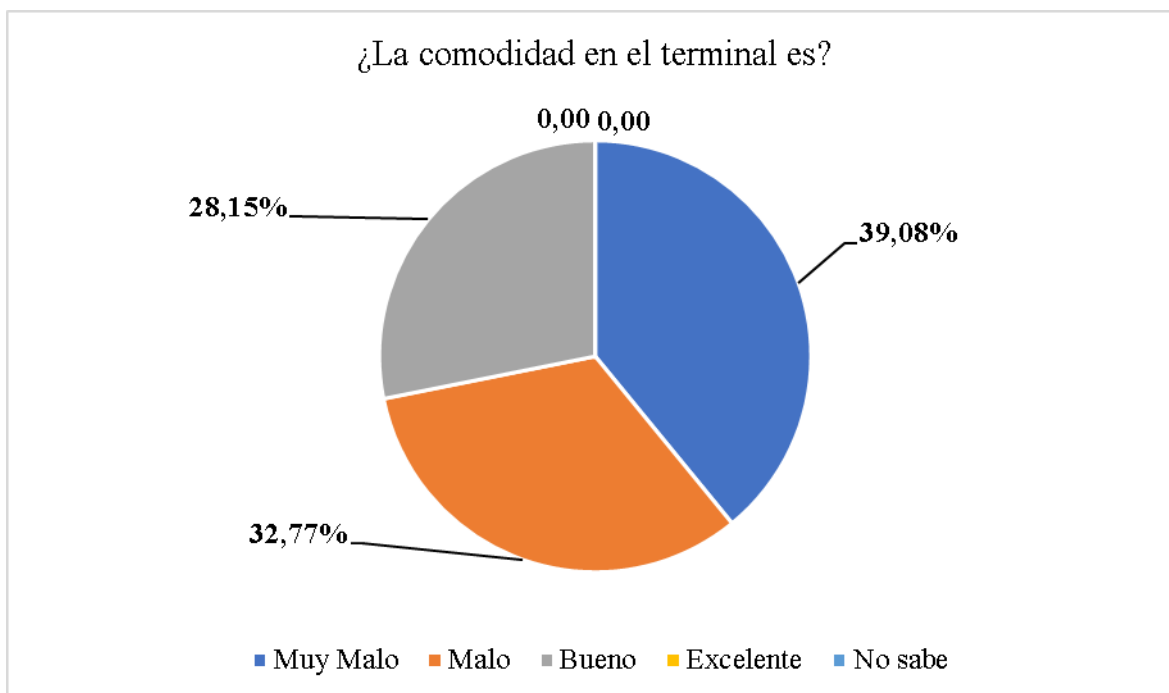


**Figura 15: La limpieza en el terminal.**



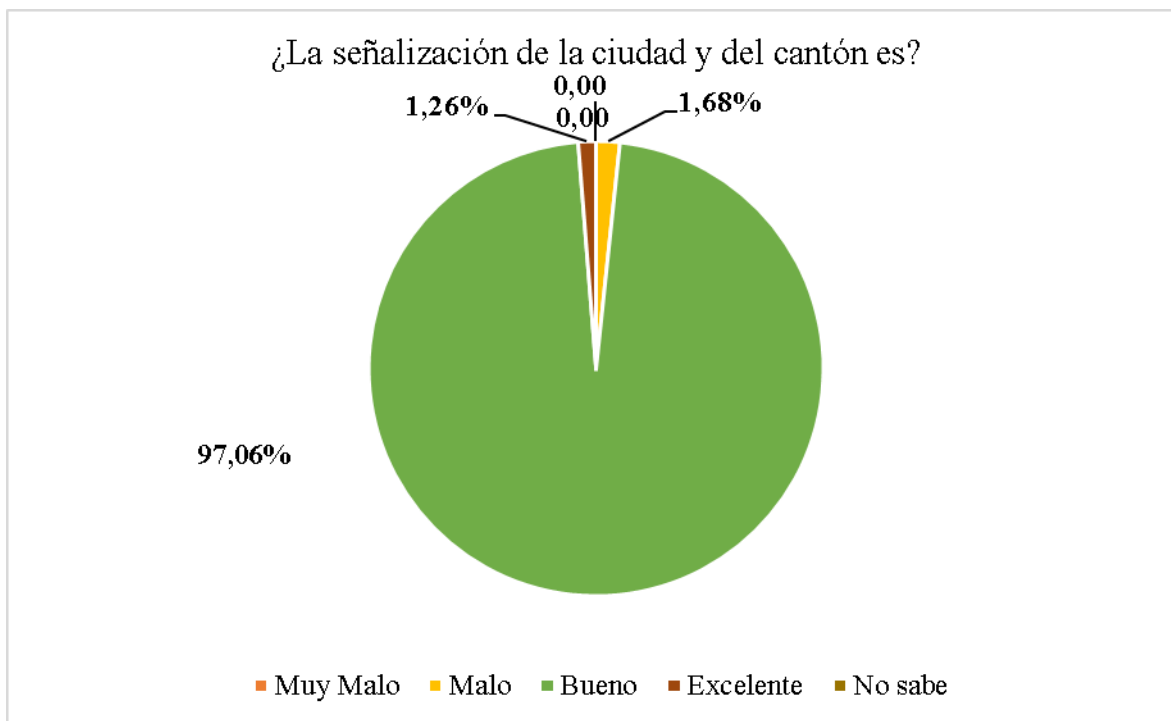
La mayor parte de los encuestados correspondiente al 64,29% considera que la limpieza en el terminal es buena, seguido del 30,67% que la considera como mala y por último el 5,04% la considera como muy mala.

**Figura 16: La comodidad en el terminal.**



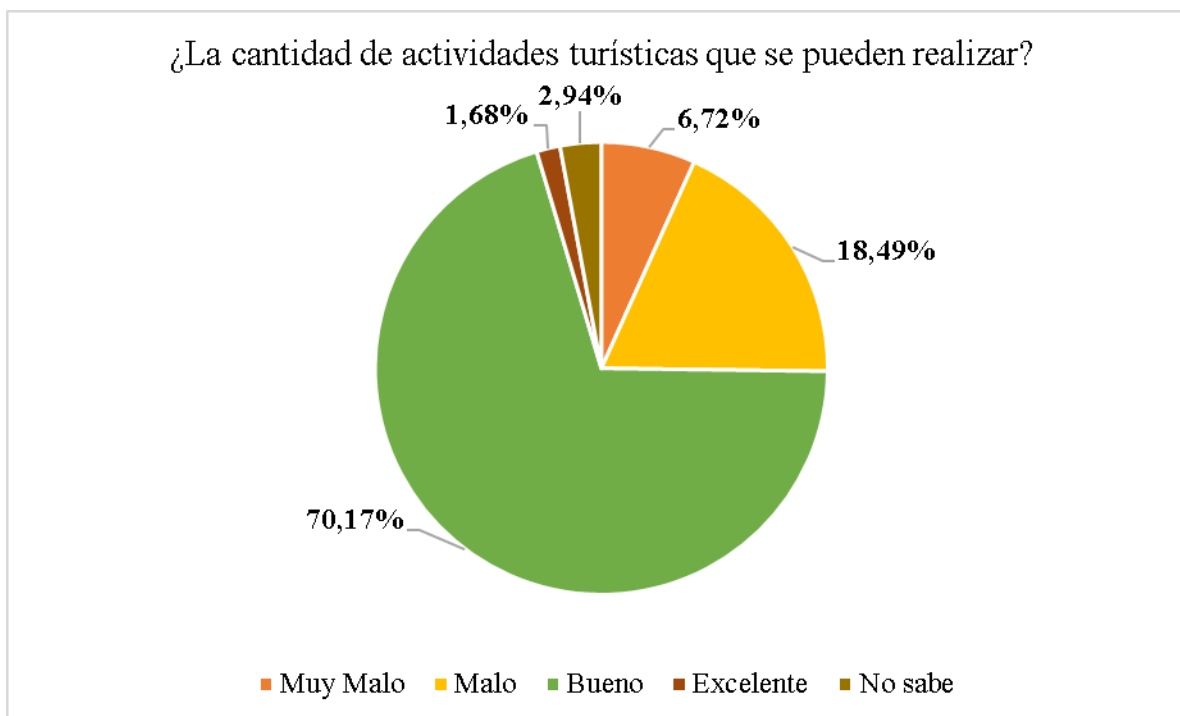
La mayoría de los encuestados que corresponde al 39,08% considera que la comodidad en el terminal, seguido del 32,77% que consideran que es mala y por último el 28,15% que consideran la comodidad como buena.

Figura 17: Señalización de la ciudad y del cantón.

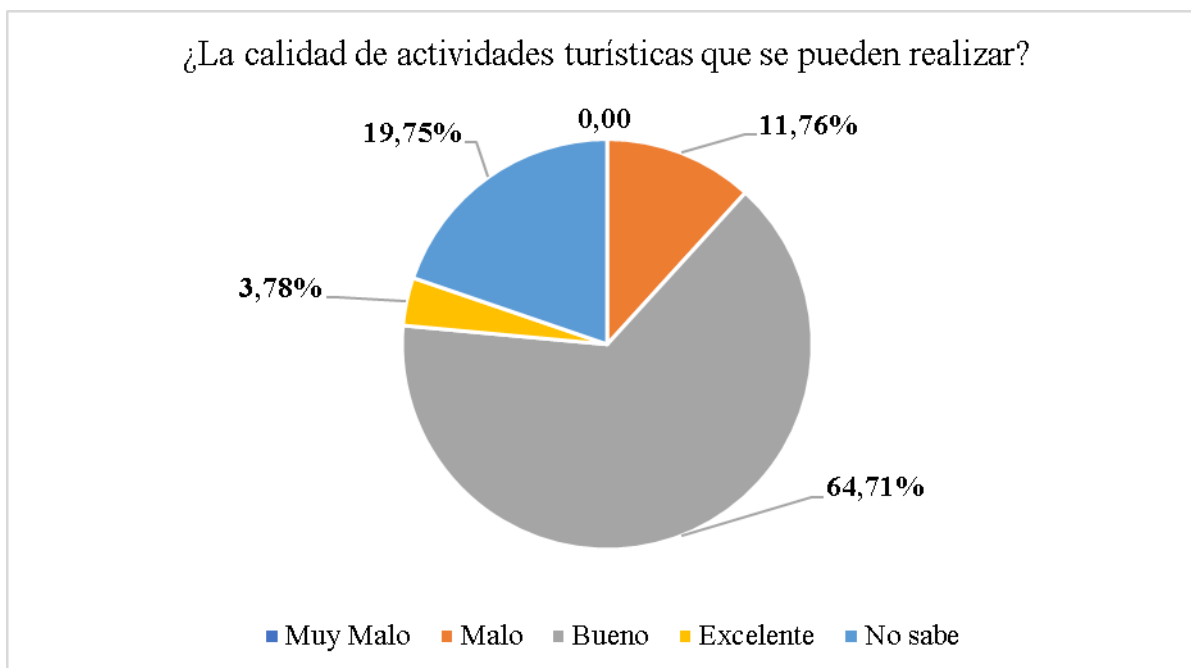


La mayor parte de los encuestados correspondiente al 97,06% consideran que la señalización es buena, seguido del 1,68% que la califican como buena y por último el 1,36% que la considera como excelente.

**Figura 18: Cantidad de actividades turísticas que se pueden realizar.**

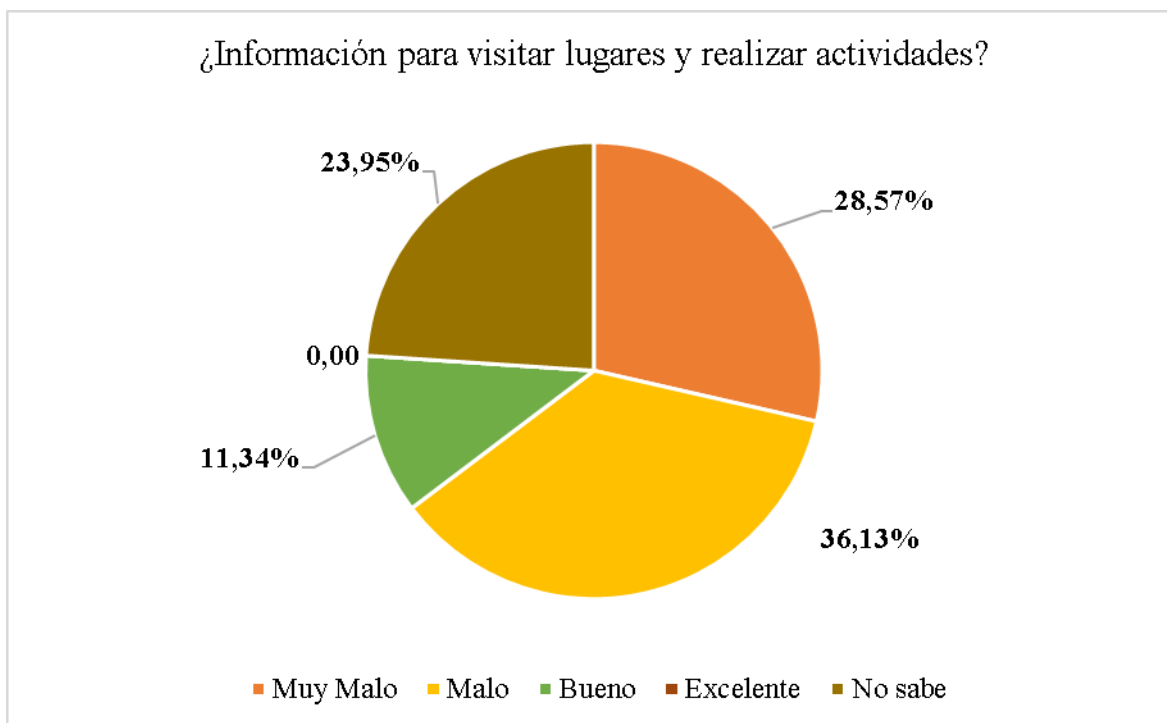


La mayor parte de los encuestados correspondiente al 70,17% considera que la cantidad de actividades turísticas que se pueden realizar es buena, seguido del 18,49% que considera es mala, el 6,72% lo califica como muy malo y por último el 2,94% no sabe y el 1,68% considera que es excelente.

**Figura 19: Calidad de las actividades turísticas.**

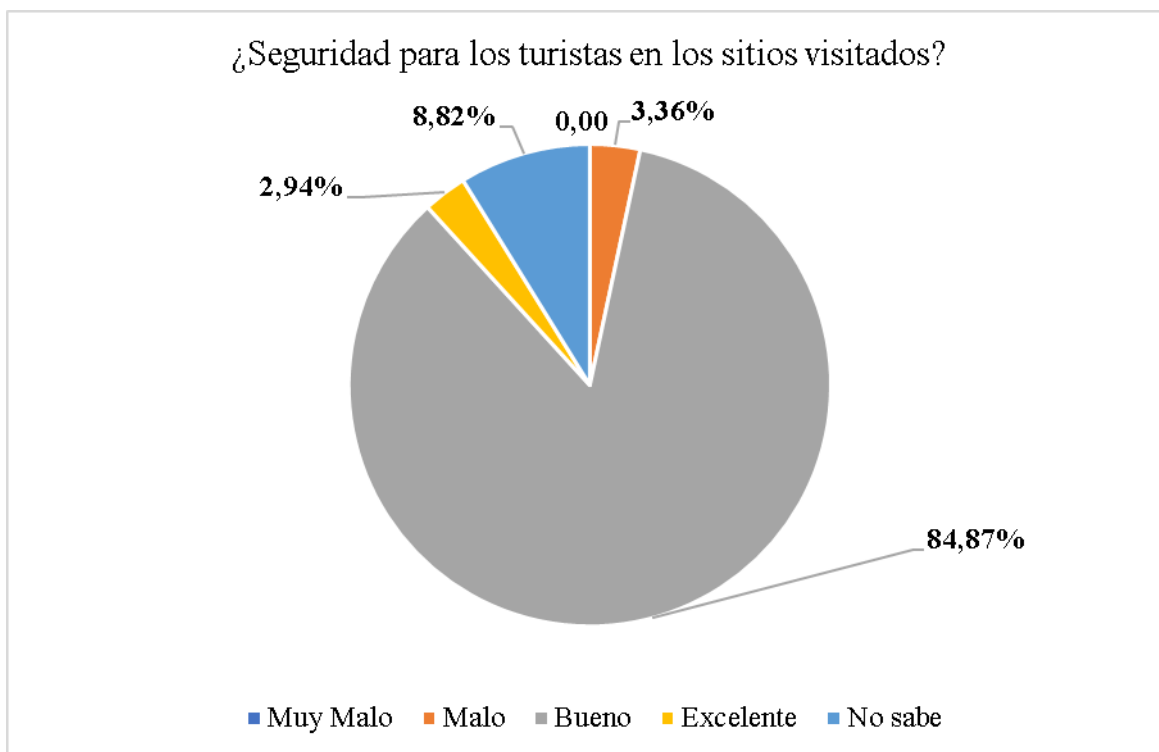
La mayor parte de los encuestados correspondiente al 64,71% considera que la calidad de las actividades turísticas que se realizan es buena, seguido del 19,75% no sabe acerca de la calidad en las actividades y por último el 11,76% que la califica como mala.

**Figura 20: Información para visitar y realizar actividades.**

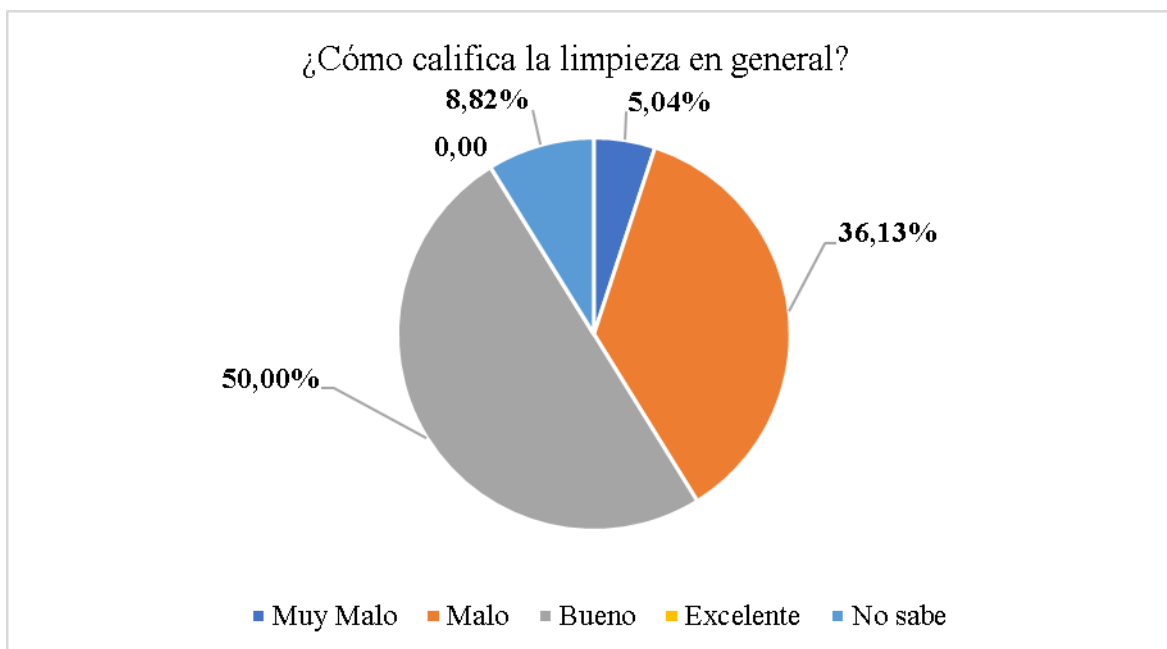


La mayoría de los encuestados correspondiente al 36,13% considera que la información que obtiene para visitar lugares y realizar actividades turísticas es malo, seguido del 28,57% que considera es muy malo, el 23,95% no sabe y por último el 11,34% lo considera como bueno.

**Figura 21: Seguridad para los turistas en los sitios visitados.**



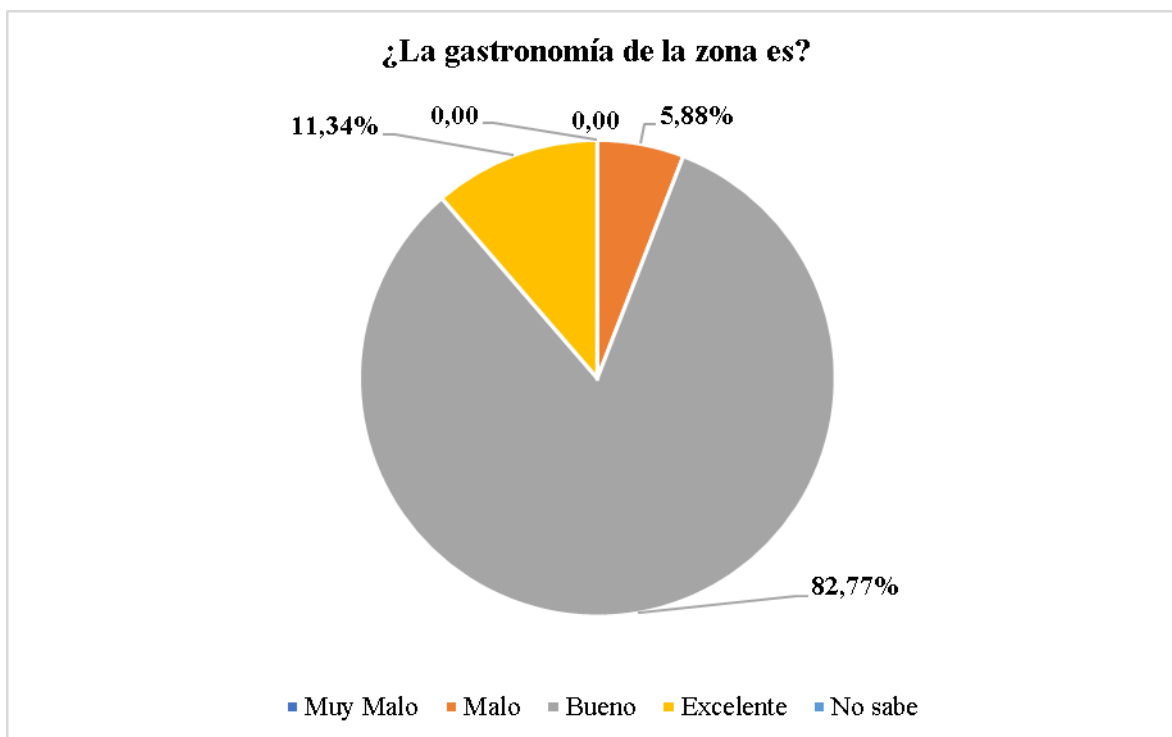
La mayor parte de los encuestados correspondiente al 84,87% consideran que la seguridad es buena, seguido del 8,82% no sabe y en menor medida el 3,36% la califica como mala y el 2,94% como excelente.

**Figura 22: Limpieza en general.**

La mayor parte de los encuestados correspondiente al 50% considera que la limpieza en general es buena, seguido del 36,13% que la considera como mala y en menor medida el 8,82% no sabe y el 5,04% la califica como muy malo.

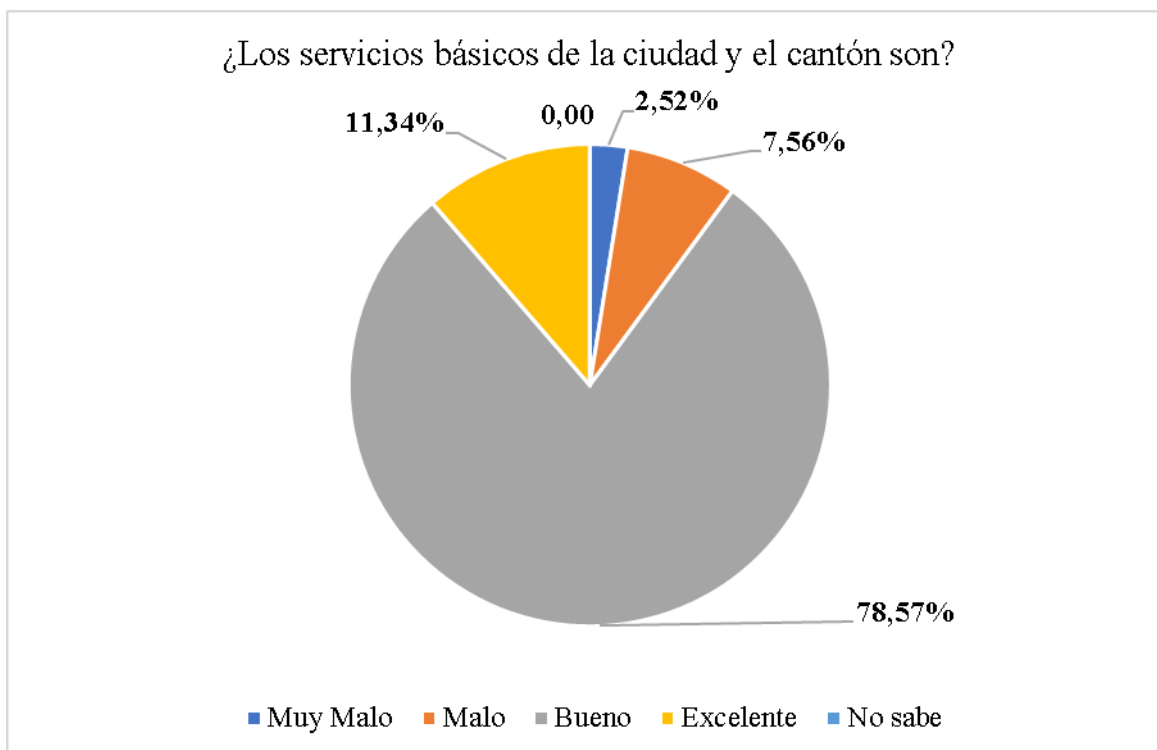


Figura 23: La gastronomía de la zona.



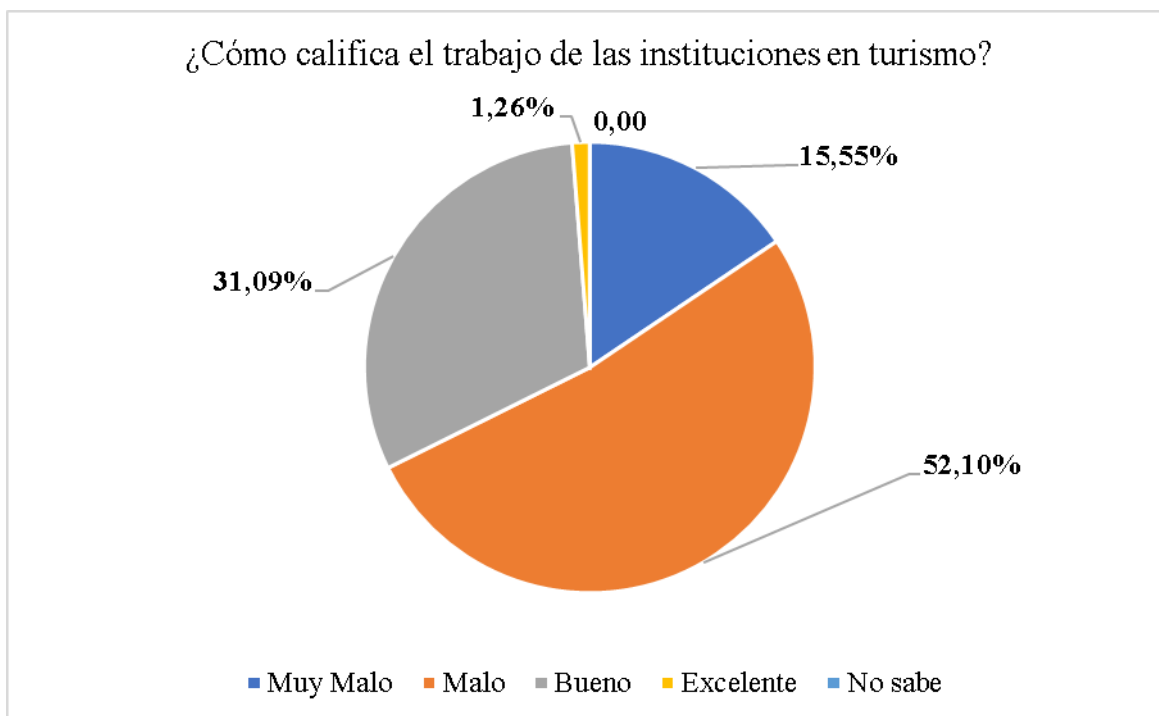
La mayoría de los encuestados correspondiente al 82,77% considera que la gastronomía es buena, seguido del 11,34% que la califica como excelente y por último el 5,88% que considera es mala.

**Figura 24: Servicios básicos de la ciudad y del cantón.**



La mayoría de los encuestados correspondiente el 78,57% considera que los servicios básicos son buenos, seguido del 11,34% que lo considera como excelente y por último el 7,56% lo califica como malo y el 2,52% como muy malo.

Figura 25: El trabajo de las instituciones en turismo.



La mayoría de los encuestados correspondiente al 52,10% considera que el trabajo de las instituciones en turismo es malo, seguido del 31,09% que considera es bueno, el 15,55% considera es muy malo y por último el 1,26% lo califica como excelente.

### 2.8.2. Perfil del turista.

No existe ningún tipo de estudio en el Cantón Santa Ana, que especifiquen el tipo de turistas que lo visitan. La información que se presenta se basa en las visitas de campo, interacciones con los turistas, prestadores de servicios y habitantes del cantón; dónde se percibe el perfil del turista visitante. Se concluye:

De acuerdo a las encuestas realizadas a los visitantes que llegaron a diferentes puntos del cantón Santa Ana, el 55,67% de los encuestados son hombres y el 44,33% son mujeres. El 100% de los encuestados son ecuatorianos, el 61,70% de los éstos eran originarios del cantón Portoviejo, el 27,30% de Manta, el 8,33% de Guayaquil y 2,66% de Quito, por tanto, se deduce que Santa Ana está dirigido al turismo provincial, debido a que es poco visitado por turistas fuera de la provincia. Se destaca también que la mayoría son empleados privados y públicos, sus edades oscilan entre 30 a 40 años y viajan con su familia.

Las estrategias de comercialización de Santa Ana deben estar enfocadas en primer lugar a nivel de Manabí fortaleciendo el mercado que ya se tiene captado y expandiéndose hacia otros cantones; y, en segundo lugar, a nivel regional ofertando productos turísticos orientados al perfil del turista.

### 2.8.3. Motivaciones del viaje.

De acuerdo con el estudio de turismo de visitantes del cantón Santa Ana, las motivaciones de viaje están muy marcadas siendo las principales:

El 56,03% viajan por ocio, recreo y vacaciones, sin embargo, estas personas no pernoctan, debido a que no conocen los servicios de hospedaje, ni los atractivos que se pueden visitar por la falta de información; lo que supone una desventaja para el sector turístico;

Y el 40,436% viaja por visitas a parientes y amigos, el gasto de este tipo de turistas es bajo, debido a las facilidades de necesidades básicas que le ofrecen sus familiares y amigos, lo que conlleva a un bajo gasto turístico.

Es por estos motivos que, se deduce que, Santa Ana no despega turísticamente de acuerdo a su situación turística actual.

#### 2.8.4. Aspectos positivos y negativos que los residentes y visitantes consideran del cantón.

**Tabla 7: Aspectos positivos y negativos que los residentes y visitantes consideran del cantón.**

Positivos	Negativos
La comida es exquisita	La contaminación del río y sus alrededores
El río representa su mayor fuente de riqueza natural, formando balnearios a lo largo de su cauce, en donde pueden ir a deleitarse con su familia.	No existe información sobre los lugares a visitar, ni guías turísticos
Las características paisajísticas y rurales, el ambiente tranquilo hacen de este cantón un lugar para desconectarse de la ciudad	La mala atención en los establecimientos de alimentación
	Pocas actividades turísticas
	En algunas zonas turísticas no existen servicios básicos, ni tampoco baterías sanitarias para facilidad del turista
	La señal celular y de internet es deficiente, lo que imposibilita la comunicación
	El difícil acceso a ciertos sitios turísticos en zonas altas, ya que no hay servicio de camionetas

Elaborado por: Equipo consultor.

### 2.8.5. Cuadro comparativo de los índices de satisfacción.

**Tabla 8: Cuadro comparativo de los índices de satisfacción.**

Índices de satisfacción	Residentes	Visitantes
La calidad de la infraestructura hotelera	NS/NC (No sabe, no conoce)	NS/NC
La planta de restaurantes	Bueno	Bueno
El servicio de los transportes terrestres	Bueno	NS/NC
La limpieza en el terminal	Bueno	NS/NC
La comodidad en el terminal	Muy malo	NS/NC
La señalización de la ciudad y del cantón	Bueno	Bueno
La cantidad de actividades turísticas	Bueno	NS/NC
La calidad de actividades turísticas	Bueno	NS/NC
Información para visitar lugares y realizar actividades	Malo	Muy malo
Seguridad para los turistas en los sitios visitados	Bueno	Bueno
La limpieza en general	Bueno	Muy malo
La gastronomía de la zona es	Bueno	Excelente
Los servicios básicos de la ciudad y el cantón son	Bueno	NS/NC
El trabajo de las instituciones en turismo	Malo	Malo

Elaborado por: Equipo consultor.

Entre los resultados más destacados de este análisis comparativo entre residentes y visitantes se evidencia que:

- No se puede calificar la infraestructura hotelera ya que este segmento no ha usado este servicio.
- En cuanto al servicio de los transportes terrestres, limpieza y comodidad del terminal, se puede apreciar que los visitantes responden NS/NC puesto que la mayoría se traslada a Santa Ana en sus propios vehículos, por tanto, no utilizan este servicio; mientras que los residentes califican a la comodidad como muy mala, ya que no hay un terminal identificado como tal, sino que existen estaciones para cada cooperativa de buses, las cuales son muy pequeñas y no brindan la comodidad que merece el usuario.

- Se puede apreciar que los visitantes NS/NC no evalúan ni la cantidad ni calidad de actividades turísticas, debido a que no reciben información turística, a la califican como muy mala, así mismo a los residentes la califican como mala, ya que consideran que no existe información para los turistas e inclusive ellos mismos desconocen ciertos sitios turísticos potenciales.
- Se destaca positivamente la gastronomía del cantón, la planta de restaurantes, la seguridad y la señalización entre los residentes y visitantes.
- El trabajo de las instituciones en turismo es calificado como malo por los residentes y visitantes, este es un punto importante en donde se debe empezar a trabajar para desarrollar de una manera positiva el turismo en el cantón.

### **3. PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN SANTA ANA.**

#### **3.1. Asamblea cantonal de turismo de Santa Ana.**

Como parte del proceso participativo para la elaboración del Plan estratégico de desarrollo turístico del cantón Santa Ana se realizó la asamblea cantonal de turismo que tuvo lugar en la parroquia Ayacucho el día 16 de julio del 2018, cuyo propósito fue recopilar información primaria mediante la formación de mesas temáticas con la participación actores locales públicos y privados, habitantes y autoridades municipales: mesa de turismo comunitario, mesa de planta turística, mesa de seguridad y otros temas referentes; cuyo trabajo se refleja en los siguientes resultados:

#### **3.1. Misión.**

Santa Ana, cantón rural promueve y facilita la gestión turística competitiva sustentable, fortaleciendo sus potencialidades naturales y culturales mediante articulaciones entre los sectores público, privado y comunitarios; afianzando el deseo de los visitantes de vivenciar experiencias memorables a través de las actividades turísticas planificadas, que se encuentran en el territorio protegiendo el entorno y mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

#### **3.2. Visión.**

En el año 2023, Santa Ana madre de las Aguas, cuna de la tradición oral, habrá consolidado una oferta turística de calidad, manejadas responsablemente, en armonía con el entorno y las raíces culturales; se han desarrollado productos turísticos, rutas, programas de rescate de tradiciones, que posicionen al cantón como un destino cultural y natural sostenible; contribuyendo con el bienestar y prosperidad de los habitantes.



### 3.3. Análisis FODA.

Tabla 9: Análisis FODA.

<b>ANÁLISIS SITUACIONAL FODA</b>			
<b>ÁMBITO INTERNO</b>		<b>ÁMBITO EXTERNO</b>	
<b>Fortalezas.</b>	<b>Debilidades.</b>	<b>Oportunidades.</b>	<b>Amenazas.</b>
Represa Poza Honda con un gran potencial para el desarrollo turístico.	Escasa capacitación a los prestadores de servicios.	El departamento de turismo cuenta con redes sociales.	Contaminación ambiental y de los ríos.
Diversidad de balnearios de agua dulce.	Infraestructura hotelera limitada.	Vía de acceso al cantón en buen estado.	Conflictos familiares por tenencia de tierras.
Existe el biocorredor turístico como producto turístico.	Escasa promoción turística.	Vinculación con las universidades para desarrollar proyectos.	Microtráfico presente en el cantón.
Exquisita gastronomía ofertada en el biocorredor, preparada en horno de leña.	No existen puntos de información turística del cantón.	El cantón se encuentra ubicado cerca de la capital provincial.	Susceptibilidad a desastres naturales como inundaciones, sismos y deslaves.
Santa Ana forma parte del Bosque Protector Poza Honda.	No existen guías ni programas de guía turística.	Mercados turísticos a nivel local y provincial, de turistas que buscan disfrutar de la naturaleza.	Presencia de lechuguines en la represa Poza Honda que impide el desarrollo turístico.
Posee un rico acervo cultural como la conservación de saberes ancestrales, oralidad; fiesta de la cosecha, bajada de las balsas, bajadas de los Reyes Magos, festival de tradición oral y la semilla y el festival de la empanada.	Débil asociatividad entre los prestadores de servicios turísticos.	Existen cooperativas de transporte terrestre habilitadas que recorren todas las cabeceras parroquiales.	Tala indiscriminada de árboles.
Tiene una rica biodiversidad.	No existe una marca turística que identifique al cantón.	La represa cuenta con una cooperativa de transporte fluvial que conecta con las comunidades de sus alrededores.	Escasa señalética turística en el cantón.
	No existe un inventario de atractivos turísticos.		Escasa aplicación de planes de contingencia de los prestadores.
	El catastro turístico está desactualizado.		Asignación presupuestaria limitada por parte del gobierno local.
	No se controla la calidad de los establecimientos turísticos ni de sus servicios.		
	Deficiencia de actividades turísticas.		

### 3.4. Estrategias competitivas del FODA cruzado.

#### 3.4.1. Estrategias y acciones FA.

**Tabla 10: Estrategias y acciones FA.**

Estrategias FA	Acciones
<p>Crear una campaña agresiva de sensibilización para proteger los recursos naturales del cantón, dirigida a los habitantes y visitantes. (F2, F3, F5, F7, A1, A6)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reuniones de trabajo entre Ministerio del Ambiente del Ecuador (MAE), y GAD cantonal Santa Ana, para la elaboración y coordinación de la campaña.</li> <li>2. Implementar la campaña trabajando articuladamente con GAD's parroquiales, dirigentes comunitarios, gremios y asociaciones.</li> <li>3. Aplicar una línea gráfica alusiva a la campaña en los establecimientos turísticos y balnearios del cantón.</li> </ol>
<p>Crear un comité de control en la aplicación de convenios para la limpieza y mantenimiento de la Represa Poza Honda. (F1, F8, F5, A5)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reuniones de coordinación de seguimiento de limpieza entre las instituciones encargadas de la represa, dirigentes comunitarios y la asociación de canoeros.</li> </ol>
<p>Crear un plan cantonal de señalización turística. (F4, F6, A7, A9)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Plan de implementación de señalización turística en las carreteras principales del cantón.</li> <li>2. Plan de señalización turística en los sitios de interés turísticos.</li> </ol>
<p>Asignar presupuesto para la creación y promoción de ferias y eventos culturales semestrales. (F4, F6, A7, A9)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Coordinar entre GAD cantonal y dirigentes comunitarios ferias y eventos.</li> <li>2. Gestionar con Organizaciones no Gubernamentales (ONG's), GAD cantonal y empresarios privados para la realización de las ferias y eventos.</li> </ol>

Elaborado por: Equipo consultor.

### 3.4.2. Estrategias y acciones DA.

**Tabla 11: Estrategias y acciones DA.**

Estrategias DA	Acciones
Gestionar facilidades turísticas. (D3, D4, D5, D7, D8, D9, A7, A9)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Focalizar los sitios de interés turístico para la implementación de las facilidades.</li> <li>2. Talleres para incentivar al sector privado para que implementen facilidades turísticas para personas con capacidades especiales.</li> <li>3. Gestionar la cobertura de alcantarillado, servicios básicos, internet en lugares declarados sitios turísticos.</li> <li>4. Creación de una red de puntos de información turística para el cantón.</li> </ol>
Crear un programa de certificación y calidad turística. (D1, D10, A9)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Contratar una consultoría para establecer los estándares de calidad de los servicios turísticos del cantón Santa Ana, bajo el sistema de calidad Q del MINTUR.</li> <li>2. Certificar a los prestadores de servicios turísticos públicos, privados y comunitarios, para asegurar la calidad.</li> <li>3. Talleres para impulsar a los prestadores de servicios hacia la competitividad turística.</li> </ol>
Gestionar créditos y financiamiento para la ampliación de la oferta turística. (D2, D8, D11, A7, A9)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Procesos de negociación con instituciones que otorgan créditos para proponer créditos flexibles en emprendimientos del sector turístico.</li> <li>2. Gestionar inversiones públicas y privadas para el desarrollo de actividades turísticas para el cantón Santa Ana.</li> <li>3. Talleres de capacitación orientado a los emprendedores turísticos en formulación de proyectos, estudios de demanda y de comercialización enfocados al turismo sostenible.</li> </ol>

Elaborado por: Equipo consultor.

### 3.4.3. Estrategias y acciones FO.

**Tabla 12: Estrategias y acciones FO.**

Estrategias FO	Acciones
Promover campañas de publicidad turística. (O1, O5, F2, F3, F7)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Campañas promocionales turísticas vía online, mediante las redes sociales del GAD cantonal Santa Ana.</li> <li>2. Crear una página web turística autónoma.</li> <li>3. Programas de participación en ferias de turismo regionales y nacionales.</li> </ol>
Consolidar actividades turísticas basadas en los valores culturales del territorio, con la participación de las universidades, museos, Ministerio de Cultura y comunidad local. (O3, F6)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar campañas de comunicación sobre la importancia de conservación de los valores culturales.</li> <li>2. Organizar talleres culturales dirigidos a la comunidad local, escuelas y colegios.</li> </ol>

Elaborado por: Equipo consultor.

### 3.4.4. Estrategias y acciones DO.

**Tabla 13: Estrategias y acciones DO.**

Estrategias DO	Acciones
Crear marca turística del cantón con apoyo de la academia. (D7, O3)	1. Organizar un concurso abierto en Manabí, para receptor propuestas para la marca turística, que será promocionada por todos los actores del sector tanto públicos como privados.
Crear una organización de gestión de destinos para el cantón Santa Ana. (D4, D5, D8, O5)	1. Realizar un plan de gestión que encauce a la organización de gestión de destinos del cantón Santa Ana. 2. Generar asociatividad entre el departamento de turismo del GAD cantonal y el MINTUR para la creación del catastro e inventario de atractivos turísticos. 3. Generar convenios para la aplicación de las estrategias para el desarrollo turístico del cantón, entre entidades públicas, privadas, comunidad local y universidades.
Crear un plan cantonal de capacitación turística con la participación de universidades locales y nacionales, entidades públicas, empresarios privados y la comunidad local. (D1, D5, O3)	1. Investigar las necesidades de capacitación turística para los prestadores de servicios y comunidad local.

Elaborado por: Equipo consultor.

### 3.5. Matriz de impactos del FODA.

Figura 26: Matriz de impactos positivos del FODA.

Matriz de impactos - Análisis FODA (Positivo)							
Ámbito interno	Impacto			Ámbito externo	Impacto		
Fortalezas	Alto	Medio	Bajo	Oportunidades	Alto	Medio	Bajo
Dentro de Santa Ana se encuentra la Represa Poza Honda.	●			El departamento de turismo cuenta con redes sociales.		●	
Diversidad de balnearios de agua dulce.	●			Vía de acceso al cantón en buen estado.		●	
Existe el biocorredor turístico como producto turístico.	●			Vinculación con las universidades para desarrollar proyectos.	●		
Exquisita gastronomía ofertada en el biocorredor, preparada en horno de leña.	●			El cantón se encuentra ubicado cerca de la capital provincial.	●		
Santa Ana forma parte del Bosque Protector Poza Honda.		●		Mercados turísticos a nivel local y provincial, de turistas que buscan disfrutar de la naturaleza.	●		
Tiene riqueza cultural como la conservación de saberes ancestrales, oralidad; fiesta de la cosecha, bajada de las balsas, bajadas de los Reyes Magos, festival de tradición oral y la semilla y el festival de la empanada.	●			Existen cooperativas de transporte terrestre habilitadas que recorren todas las cabeceras parroquiales.		●	
Tiene una rica biodiversidad.		●					
La represa cuenta con una cooperativa de transporte fluvial que conecta con las comunidades de sus alrededores.		●					
<p>Modelo de desarrollo turístico: En el Ecuador se ha venido practicando con mayor énfasis el turismo masivo (sol y playa), sin embargo, las motivaciones de viaje están tomando nuevas inclinaciones hacia prácticas de turismo responsable y de naturaleza; es por ello que debido a las potencialidades que tiene el cantón Santa Ana, la propuesta para la gestión del turismo se orienta hacia las propiedades naturales, culturales y gastronómicas que posee el cantón. Se busca para Santa Ana implementar un desarrollo turístico apegado a los principios de la sostenibilidad que son la preservación ambiental, consolidación de la identidad cultural y el desarrollo económico a largo plazo.</p>							

Figura 27: Matriz de impactos negativos del FODA.

Matriz de impactos - Análisis FODA (Negativo)							
Ámbito interno	Impacto			Ámbito externo	Impacto		
Debilidades	Alto	Medio	Bajo	Amenazas	Alto	Medio	Bajo
Escasa capacitación a los prestadores de servicios.	●			Contaminación ambiental y de los ríos.	●		
Infraestructura hotelera limitada.		●		Conflictos familiares por tenencia de tierras.			●
Escasa promoción turística.	●			Microtráfico presente en el cantón.		●	
No existen puntos de información turística del cantón.	●			Susceptibilidad a desastres naturales como inundaciones y deslaves.		●	
No existen guías ni programas de guianza turística.	●			Presencia de lechuguines en la represa Poza Honda que impide el desarrollo turístico.	●		
Débil asociatividad entre los prestadores de servicios turísticos.		●		Tala indiscriminada de árboles.		●	
No existe una marca turística que identifique al cantón.		●		Escasa señalética turística en el cantón.	●		
No existe un inventario de atractivos turísticos.	●			Escasa aplicación de planes de contingencia de los prestadores.		●	
El catastro turístico está desactualizado.	●			Asignación presupuestaria limitada por parte del gobierno local.	●		
No se controla la calidad de los establecimientos turísticos ni de sus servicios.	●						
Deficiencia de actividades turísticas.		●					

Observaciones: El análisis de impactos del FODA, muestra muy poca diferencia entre los aspectos positivos y negativos de dicho análisis; en el aspecto positivo, las fortalezas muestran una pequeña diferencia entre los impactos altos y medios de las variables analizadas, 57,14% (alto) y 42,86% (medio), de manera que las fortalezas y oportunidades tienden a mostrarse como **Buenas**; en cambio en el aspecto negativo los resultados del impacto revelan el 55% (alto), el 40% (medio) y el 5% (bajo), lo que indica que las debilidades y amenazas se muestran como **Malas**, por lo tanto se busca que el sector turístico, las instituciones, las comunidades y los agentes locales de Santa Ana minimice las debilidades y contrarreste las amenazas, las cuales fueron identificadas en la asamblea cantonal de turismo.

### 3.6. Matriz de problemas, causas y soluciones.

Tabla 14: Matriz de problemas, causas y soluciones.

PROBLEMAS	PRIORIDAD	CAUSAS	SOLUCIONES
Contaminación ambiental.	Alto impacto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uso de pesticidas y plaguicidas</li> <li>• Desechos de aguas servidas en los ríos.</li> <li>• Falta de alcantarillado</li> <li>• Tala de bosques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear ordenanzas para sancionar acciones de contaminación y tala de bosques.</li> <li>• Capacitaciones para desarrollo de cultivo orgánico.</li> </ul>
Escasa promoción e información turística del cantón.	Alto impacto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de inversión</li> <li>• Falta de infraestructura turística (baños, parqueadero)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Destinar recursos para implementar infraestructura turística</li> <li>• Alianzas públicas – privadas</li> </ul>
Desconocimiento de las comunidades sobre el manejo del turismo comunitario.	Mediano impacto	Falta de iniciativa, creatividad, orientación y falta de políticas turísticas.	Implementar programa de capacitación a las comunidades.
Deforestación en las zonas rurales del cantón.	Alto impacto	Crisis económica, falta de cultura ambiental.	<p>Mayor control de las autoridades competentes y aplicación de las sanciones establecidas</p> <p>Incentivar a los dueños de las tierras que las conserven.</p>
Pérdida de identidad.	Mediano impacto	Mal uso de la tecnología, la educación	Implementación de programas educativos y culturales.
Escasa aplicación de planes de contingencia.	Mediano impacto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escasos recursos económicos para extintores y señaléticas.</li> <li>• Desconocimiento y falta de cultura de la gente.</li> <li>• No se cumple lo estipulado en los permisos.</li> </ul>	• Capacitar y sensibilizar a los prestadores de servicios turísticos.

Elaborado por: Equipo consultor.



### 3.7. Objetivos y estrategias.

**Tabla 15: Objetivos y estrategias.**

<p><b>Objetivo 1.</b> Promover la sostenibilidad ambiental mediante la implementación de planes, programas y proyectos.</p>
<p><b>Estrategias objetivo 1.</b> Implementar planta de tratamiento de agua residuales Fomentar el uso de insumos orgánicos Promover capacitaciones de conducta ambiental. Implementar ordenanzas en el sector rural para controlar la tala indiscriminada, quema del suelo y contaminación por desechos.</p>
<p><b>Objetivo 2.</b> Potenciar el turismo de naturaleza y turismo cultural como eje de desarrollo del cantón Santa Ana.</p>
<p><b>Estrategias objetivo 2.</b> Diseñar rutas turísticas. Diseñar un programa de rescate de saberes ancestrales para la colectividad, mediante alianzas entre la academia, entidades públicas y privadas. Realizar acercamientos con las comunidades para fomentar redes y emprendimientos comunitarios. Generar convenios con la academia, el Ministerio de Turismo y el Ministerio del Ambiente para la realización de estudios científicos sobre primates y aves para diversificar la oferta turística en el cantón. Diseñar un programa de señalética turística en el cantón.</p>
<p><b>Objetivo 3.</b> Captar nuevos mercados de turismo interno.</p>
<p><b>Estrategias objetivo 3.</b> Establecer un programa de promoción turística dentro y fuera del cantón. Crear una ordenanza que impulse la implementación de puntos de información y guías turísticas. Involucrar a la academia en el desarrollo de nuevos productos turísticos. Incrementar la calidad de los servicios turísticos.</p>

Elaborado por: Equipo consultor.

### 3.8. Cuadro Resumen.

Tabla 16: Cuadro resumen.

<b>Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del cantón Santa Ana</b>			
<b>Misión</b>	<b>Visión</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Programas y proyectos</b>
Santa Ana, promueve y facilita la gestión turística competitiva sustentable, fortaleciendo sus potencialidades naturales y culturales mediante articulaciones entre los sectores público, privado y comunitarios; afianzando el deseo de los visitantes de vivenciar experiencias memorables a través de las actividades turísticas planificadas, que se encuentran en el territorio protegiendo el entorno y mejorando la calidad de vida de sus habitantes.	En el año 2023, Santa Ana madre de las Aguas, cuna de la tradición oral, habrá consolidado diversas actividades turísticas manejadas responsablemente, en armonía con el entorno y las raíces culturales, desarrollando productos turísticos, rutas, programas de rescate de tradiciones que posicionen al cantón como un destino cultural y natural sostenible; contribuyendo con el bienestar y prosperidad de los habitantes.	Promover la sostenibilidad ambiental.	Programa de capacitación. Campaña de concienciación ambiental.
		Potenciar el turismo de naturaleza y turismo cultural como eje de desarrollo del cantón Santa Ana.	Desarrollo de rutas turísticas propuestas: Ruta de Invierno, Ruta Campestre. Repotenciación de la Ruta de Los Abuelos. Programa de rescate de saberes ancestrales.
		Captar nuevos mercados de turismo interno.	Programa de señalética turística para el cantón Santa Ana. Proyecto de implementación de facilidades turísticas para la Represa Poza Honda. Programa de promoción turística.
<p><b>Políticas</b></p> <p>Fomentar la mejora de servicios turísticos.</p> <p>Promover el rescate de saberes ancestrales.</p> <p>Impulsar el desarrollo turístico sostenible del cantón.</p> <p>Fomentar la protección de los recursos naturales y culturales.</p>			

Elaborado por: Equipo consultor

### 3.9. Vocación turística de Santa Ana.

La vocación turística se basa en las características y potencialidades geográficas, naturales y culturales que tiene una región, del mismo modo, en la actitud que tiene la población local hacia los turistas y al turismo en sí; además, el territorio debe generar condiciones favorables para los turistas y contar con ventajas competitivas y comparativas en consecuencia con sus competidores

Una vez concluidas las visitas, reconocimiento y observación al territorio, investigaciones bibliográficas y entrevistas en el cantón Santa Ana, el equipo consultor define las siguientes inclinaciones turísticas del cantón, que se muestran en el siguiente cuadro:

**Tabla 17: Vocación turística de Santa Ana.**

MATRIZ DE VOCACIÓN TURÍSTICA																		
Tipo de turismo	Santa Ana de Vuelta Larga			Ayacucho			Honorato Vásquez			San Pablo de Pueblo Nuevo			La Unión			Lodana		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Turismo cultural		●		●					●			●		●				●
Turismo de aventura		●			●		●				●			●				●
Turismo rural		●			●		●			●			●					●
Turismo comunitario		●			●		●			●				●				●

Alto	●
Medio	●
Bajo	●

Elaborado por: Equipo consultor.

## **4. PLANES, PROGRAMAS, PROYECTOS Y TAREAS.**

### **4.1. Programa de concienciación ambiental.**

#### **Entidad ejecutora.**

El programa debe ejecutarse mediante el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Santa Ana en cooperación con el Ministerio del Ambiente y el Ministerio de Agricultura y Ganadería.

#### **Beneficiarios:**

Directos: Comunidad del cantón Santa Ana

Indirectos: Turistas y población en general

**Monto aproximado:** 25.000,00 dólares americanos.

#### **Sector y tipo de proyecto.**

Sector: Ambiente

Tipo de proyecto: Conciencia ambiental

#### **Situación actual:**

La concienciación ambiental se ha convertido en un tema relevante, debido a que contribuye al sostenimiento del entorno para las generaciones futuras.

En el diagnóstico realizado durante las visitas al territorio quedó demostrada la deficiente cultura ambiental que tienen los habitantes y prestadores de servicios turísticos del cantón, afectando negativamente no solo al entorno natural, sino también la imagen que los visitantes perciben del cantón.

**Justificación.**

En el mundo y en el Ecuador existe una corriente cada vez más consolidada de preservación ambiental y este programa, les facilitaría la posibilidad de ser parte activa de un proceso de simbiosis con la naturaleza, con un empoderamiento total del proyecto, por parte de quienes visiten el cantón.

El cantón Santa Ana posee una rica biodiversidad, los habitantes están conscientes de esta realidad, pero no cuentan con el conocimiento y las herramientas necesarias para lograr acciones efectivas que contribuyan a la protección del entorno y al desarrollo turístico responsable. Con este programa se pretende brindar un instrumento que aporte hacia un primer paso para mejorar la situación ambiental de Santa Ana y específicamente de sus recursos y atractivos, promoviendo el cuidado del territorio.

**Descripción del programa.**

En todo material de promoción que elabore el Gad cantonal debe constar este programa, que también debe ser socializado con los habitantes y visitantes del cantón.

Para iniciar el programa se necesita la articulación entre el Departamento de Ambiente, el Departamento de Turismo del GAD cantonal y el Ministerio del Ambiente para coordinar las acciones de desarrollo del programa.

Las acciones son:

- Socializar el programa con los funcionarios de GAD y representantes ambientalistas.
- Solicitar técnicos al Ministerio del Ambiente para asesoría de una campaña ambiental agresiva y para dictar talleres sobre preservación ambiental.

- Fortalecer las normativas cantonales del cuidado del ambiente y controlar que estas se cumplan.
- Implementar biodigestores en las parroquias para el tratamiento de residuos orgánicos.

#### **4.2. Programa de rescate de saberes ancestrales.**

**Entidad ejecutora:** Gad Municipal del cantón Santa Ana.

**Beneficiarios:**

Directos: Sector turístico

Indirectos: Comunidad en general

**Monto aproximado:** 15.000,00 dólares americanos.

**Sector y tipo del proyecto.**

Sector: Patrimonio y Cultura.

Tipo del proyecto: Tradiciones culturales.

**Análisis de la situación actual.**

La cultura representa la memoria viva de los pueblos y Santa Ana es símbolo de las tradiciones montuvias y ancestrales, sin embargo, estos saberes son conocidos localmente entre los adultos mayores por lo que, de no transmitirse a las nuevas generaciones, se corre el riesgo de que se pierdan y queden en el olvido.

En Santa Ana se destaca la tradición oral, debido a ello se realiza un festival anual en su honor, en la parroquia Ayacucho, donde se transmiten los saberes como coplas, versos, amorfinos, tejido de sombreros de paja toquilla, intercambio de semillas de plantas autóctonas medicinales, entre otros.

**Justificación.**

El programa permitirá fortalecer las tradiciones y empoderar a la comunidad acerca de las mismas, y con ello contribuir con la mejora de las ventajas competitivas del cantón dando un valor agregado a los visitantes, transmitiéndoles la cultura montuvia y ancestral viva, creando así experiencias memorables.

**Descripción del programa.**

En todo material de promoción que elabore el GAD cantonal debe constar este programa, que también debe ser socializado con los habitantes y visitantes del cantón.

Para iniciar el programa se necesita la articulación entre el Departamento de Cultura Deporte y Patrimonio, el Departamento de Turismo del GAD cantonal y el Ministerio de Patrimonio y Cultura para coordinar las acciones de desarrollo del programa.

Las acciones son:

- Socializar el programa con los funcionarios del GAD y representantes culturales.
- Solicitar técnicos al Ministerio de Patrimonio y Cultura para los talleres de: rescate de saberes ancestrales, taller de costos para la producción y ventas artesanías en general.

Son competencia del GAD seleccionar personal idóneo para los siguientes talleres:

- Elaboración de artesanías con productos de la zona y de elaboración de sombreros de paja toquilla.
- Transmisión de conocimientos ancestrales de plantas medicinales y tradiciones orales.
- Teatro, música y danza montuvia.



Además de:

- Realizar el Festival de la tradición oral y la semilla dos veces al año.
- Repotenciación de la Ruta de los Abuelos.

### **4.3. Programa de capacitación para fortalecer el sector turístico del cantón Santa Ana.**

**Entidad ejecutora:** GAD Municipal del cantón Santa Ana.

**Beneficiarios:**

Directos: Prestadores de servicios turísticos del cantón.

Indirectos: Comunidad en general.

**Monto aproximado:** 20.000,00 dólares americanos.

**Sector y tipo de proyecto.**

Sector: Turismo.

Tipo de proyecto: Capacitación turística.

**Análisis de la situación actual.**

En la actualidad los procesos de capacitación tienen un papel relevante en el sector turístico, ya que permite contribuir con la mejora de la calidad de los servicios turísticos y la percepción que tienen los prestadores de servicios hacia el desarrollo efectivo del mismo, brindando consecuentemente una imagen a los visitantes que demuestre una adecuada preparación en el sector por parte de los prestadores.

En el diagnóstico realizado durante las visitas al territorio se ha evidenciado las falencias que tienen los servicios turísticos, ya que los prestadores no cuentan con las herramientas necesarias que permitan desempeñar sus labores de una manera efectiva; además del poco interés que tienen varios prestadores en capacitarse.

**Justificación.**

Una actividad como el turismo, llena de intangibles que se convierten en experiencias, (buenas o malas) una vez terminado el servicio, depende de la buena formación de los recursos humanos del sector, quienes promoverán con su buen servicio, la fidelización de los clientes.

El "saber hacer" en turismo se tiene que traducir en avances de I+D+i, estudios, diagnósticos, personal cualificado, estándares de calidad, preservación, manipulación de alimentos, entre otros, que se traducirá en mayor número de clientes, atraídos principalmente por unos recursos humanos preparados y comprometidos.

El programa permitirá mejorar la calidad y la eficiencia de los servicios turísticos y con ello las ventajas competitivas frente a destinos con características similares. A partir de las acciones dirigidas hacia los prestadores se logrará el empoderamiento de la cultura del servicio, que llevará a fortalecer sus capacidades y así consolidarse como un destino con servicios de calidad.

**Descripción del programa.**

Para iniciar el programa se necesita la articulación entre los Departamentos de Turismo del GAD cantonal, el Ministerio de Turismo y el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (Secap) para coordinar las acciones de desarrollo del programa.

Las acciones son:

- Socializar el programa con los funcionarios del GAD y servidores turísticos.
- Solicitar técnicos al Ministerio de Turismo y Secap para los cursos de emprendimientos de turismo comunitario, servicio al cliente, protocolo y etiqueta,

seguridad turística, marketing de redes sociales, atención al turista para transportistas, guías turísticos, manejo de destinos sostenibles, buenas prácticas de manejo ambiental para servidores turísticos, manipulación y soberanía alimentaria.

- Crear un comité de monitoreo, seguimiento y control de aplicación de las capacitaciones.

#### **4.4. Programa de comercialización turística para el cantón Santa Ana.**

**Entidad ejecutora:** GAD Municipal del cantón Santa Ana.

**Beneficiarios:**

Directos: Prestadores de servicios turísticos.

Indirectos: Comunidad en general.

**Monto aproximado:** 16.000,00 dólares americanos.

**Sector y tipo del proyecto:**

Sector: Turismo.

Tipo del proyecto: Comercialización.

**Análisis de la situación actual.**

El biocorredor turístico es el atractivo principal del cantón Santa Ana, en donde se brindan servicios de alimentación y actividades de recreación en el río Grande, estos sitios son frecuentados en mayor medida por visitantes provenientes de Portoviejo y Manta; que por su cercanía son más conocidos; la promoción del cantón la realizan por medios electrónicos principalmente a nivel local.

En el análisis realizado mediante las visitas al territorio, se pudo evidenciar que el cantón cuenta con diversos atractivos tanto naturales como culturales con un gran potencial turístico, sin embargo, estos no son conocidos y por ende no son visitados.

**Justificación:**

El programa pretende servir de herramienta tanto a los prestadores de servicios turísticos como a la entidad rectora del sector en el cantón Santa Ana, para mejorar la comercialización de los productos y servicios turísticos y así lograr el posicionamiento de acuerdo al perfil del turista a nivel provincial en una primera fase, consecuentemente a nivel regional y nacional.

**Descripción del programa:**

Para iniciar el programa se necesita la articulación entre los Departamentos de Turismo del GAD cantonal, el Ministerio de Turismo y los prestadores de servicios turísticos para coordinar las acciones de desarrollo del programa.

Las acciones son:

- Socializar el programa con los funcionarios del GAD y servidores turísticos.
- Solicitar técnicos al Ministerio de Turismo para brindar talleres de turismo sostenible y sus criterios básicos para su implementación y de comercialización de productos y servicios turísticos.
- Realizar campañas de publicidad, como presstrips, famtrips workshops, marketing on-line, publicidad y marketing directo, utilizando la base de datos obtenida, en los estudios de demanda.
- Participar en ferias y congresos a nivel regional y nacional.
- Articular una política de comercialización basada en una mayor segmentación de mercados, mejorando así la capacidad de incidencia en los distintos perfiles de turistas.

#### **4.5. Programa de señalización turística del cantón Santa Ana.**

##### **Introducción.**

El cantón Santa Ana cuenta con diversos atractivos naturales y culturales, muchos de ellos no son conocidos ni visitados, no por falta de interés sino porque no están debidamente señalizados y en algunos casos los visitantes no saben que existen. Es por esta razón que se ve reflejada la necesidad de dotar al cantón de un programa de señalización, que permita el conocimiento de estos sitios y que el acceso sea más fácil.

El programa estará normalizado por simbología que determina el acceso, los servicios y actividades que se puedan realizar en los diferentes destinos turísticos; misma que está especificada en el Manual de Señalización Turística del Ministerio de Turismo del Ecuador.

##### **Antecedentes.**

En la actualidad Santa Ana no cuenta con un sistema de señalización turística, por tanto, quienes visitan este territorio no tienen conocimiento de los atractivos que existen en este cantón, es por esto que se cree necesario plantear un programa de señalización turística que incluya no solamente el biocorredor turístico, sino también los atractivos que poseen todas las parroquias del cantón.

### **Tipos de Programa.**

<b>Programa</b>	<b>Proyecto</b>
Facilitación Turística	Plan de señalización vial, urbana, rural y de sitios de patrimonio cultural.

Elaborado por: Equipo consultor.

### **Justificación del Programa.**

Actualmente Santa Ana recibe visitantes locales y nacionales, quienes utilizan la vía principal que va por las parroquias Santa Ana, Ayacucho y Honorato Vásquez, y es por donde se concentran la mayor cantidad de atractivos tanto naturales como culturales. Dicha vía cuenta con señalización de tránsito e identifica el nombre de cada sitio de estas parroquias, más no se encuentra señalética turística ni información de los atractivos que existen en estos lugares.

Cuando los visitantes llegan a los balnearios o sitios de atractivo natural, no hallan una guía o información, por lo tanto, pierden la oportunidad de conocer rincones que la naturaleza ha ubicado en Santa Ana, y a la vez los habitantes pierden la oportunidad de generar ingresos de una u otra manera a través del turismo comunitario.

Por esta razón es necesario implementar señalética informativa tanto de atractivos como de servicios.

### **Objetivo General.**

Implementar un sistema de señalización que brinde información a los visitantes, donde se indiquen los atractivos y servicios turísticos, así como también sus distancias.



**Objetivos Específicos.**

Implementar señalización en zonas de venta de artesanías, cascadas, ubicación de balnearios, excursión, senderismo, áreas protegidas, centros médicos, comedores, alojamiento, gasolineras.

Facilitar la visitación turística del cantón Santa Ana a turistas.

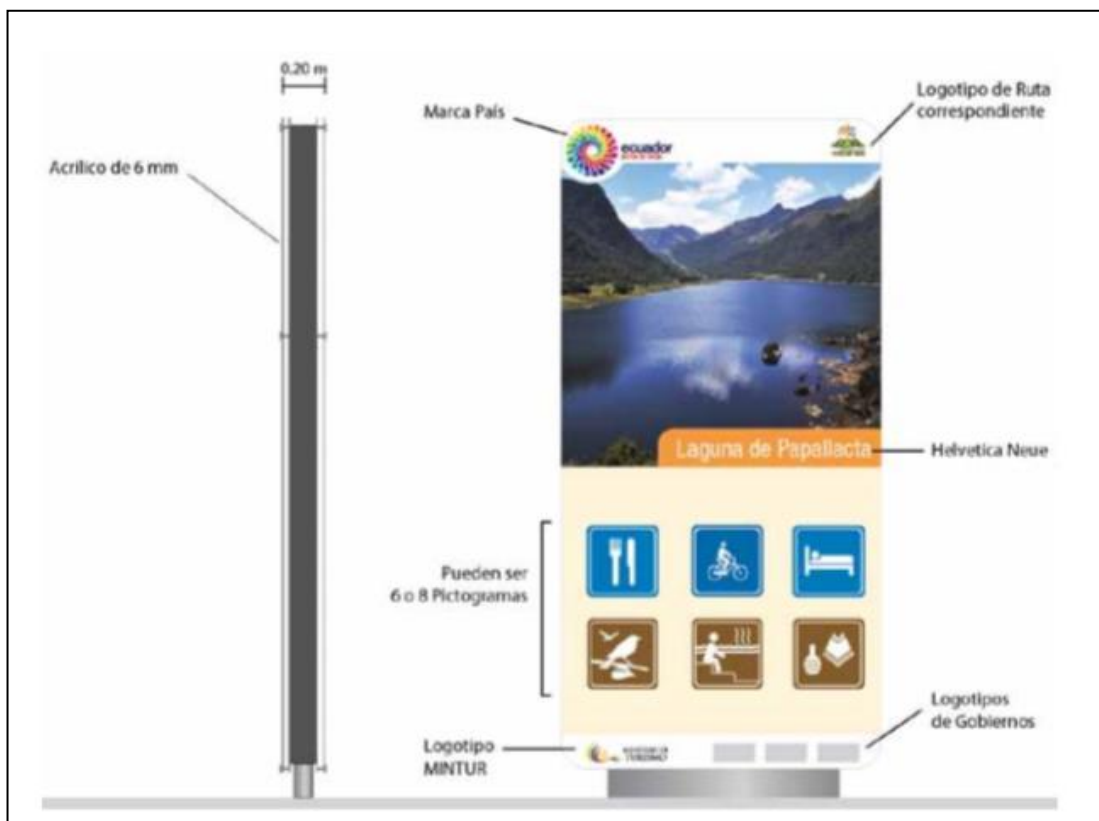
Difundir a Santa Ana como un destino turístico.

**Descripción general del programa.**

El programa está fundamentado en el Manual de señalización turística del MINTUR del Ecuador (MINTUR, 2013); el mismo que contará con tótems, pictogramas y señales de aproximación turística en los siguientes lugares que será aplicado según lo requieran los sitios del cantón Santa Ana:

Tótem en la Represa Poza Honda.

**Figura 28: Modelo de Tótem para la Represa Poza Honda.**



Pictogramas y señales de aproximación turística:

- Cascada "La Chorrera".
- Cascada "San Ramón".
- Cascada "La Cueva de los Pájaros".
- Cascada "la Romántica".
- Cascada "El Salto del Desgraciado".
- Cascada "Corralón".
- Cascada "Don Atilio Briones".
- Finca de los hermanos Segundo y Colón Sornoza.
- Casa de los abuelos.
- Tejedoras de sombreros.
- Mirador de Palo Largo.
- La Quinkigua.
- Mirador de la Tablada del Guarumo.
- La Casa del Gringo.
- Finca Orgánica Agua Blanca.
- Ruta "Los Abuelos".
- Ruta "Invierno".
- Ruta "Campestre".

Figura 29: Modelo de pictograma.

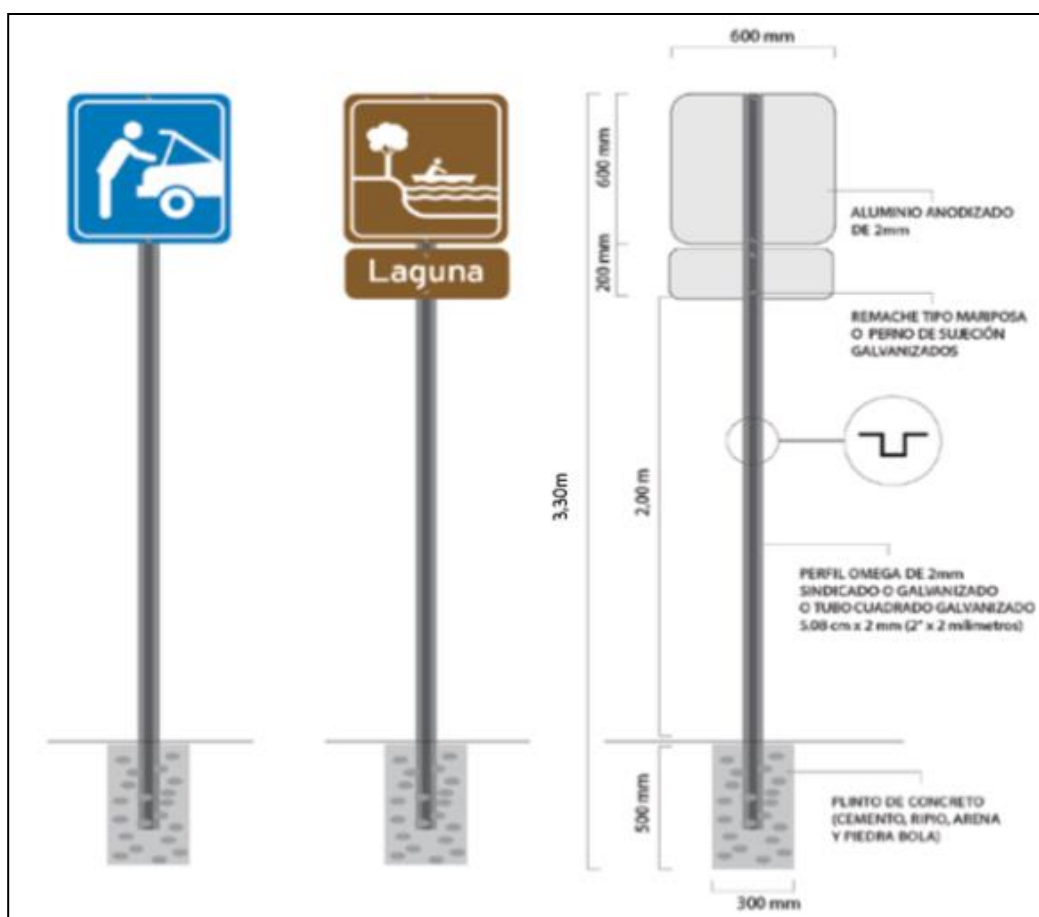


Figura 30: Modelo de aproximación turística.



### Características.

La función de la señalización turística es la de permitir a los visitantes el ingreso y desplazamiento hacia el atractivo de forma segura, además de informar sobre las actividades que se realizan en el sitio visitado.

### Presupuesto aproximado.

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Señales de aproximación	18	180	3240
Pictogramas	18	80	1440
Tótems	1	800	800
		Subtotal	5480
		IVA 12%	6137,6
		Transporte	450
		<b>TOTAL</b>	<b>\$6587,6</b>

\*No incluye la instalación

Elaborado por: Equipo consultor.

## **4. 6. Perfiles de proyectos.**

### **4.6.1. Mirador de la Tablada del Guarumo.**

#### **Introducción.**

Mediante la elaboración del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del cantón Santa Ana se han planteado varios proyectos encaminados a dinamizar el turismo del cantón, considerando dentro de éstos la implementación de un mirador que se ubicará en el sitio la Tablada del Guarumo en la parroquia Honorato Vásquez y en cuya cima del cerro se puede observar una impresionante vista panorámica de la Represa Poza Honda.

Al implementarse este proyecto ayudará al desarrollo turístico del sitio y transformará a este sector en una zona de desarrollo

#### **Justificación.**

La diversificación de la oferta turística en el cantón Santa Ana permitirá el crecimiento de flujo turístico y monetario, que beneficiará a los habitantes de las comunidades; además de ofrecer a la población local y nacional una alternativa de recreación.

#### **Objetivo General.**

Contribuir a la dinamización turística de la parroquia Honorato Vásquez mediante la implementación del mirador de la Tablada de Guarumo como atractivo turístico de aventura.

#### **Objetivos específicos.**

Diseñar el proyecto del mirador.

Construir una estación de descanso.

Construir dos kioscos para venta de jugos y artesanías.

Iluminar el acceso y kioscos.

### **Actividades.**

Con el objetivo de promover el desarrollo y mejorar la calidad de vida de las comunidades, se destinará un espacio para dos kioscos; uno para la venta de artesanías, donde se exhibirán artículos elaborados por artesanos locales; y otro para la venta de jugos de frutas de temporada, lo que constituye una oportunidad de promover fuentes de trabajo. Dichos kioscos estarán ubicados en la estación de descanso, de manera que los visitantes aprovechen a consumir los productos de la zona y adquirir algún souvenir.

### **Beneficiarios:**

#### Directos.

Los beneficiarios directos son los pobladores del sitio Guarumo de la parroquia Honorato Vásquez, al contar con un atractivo turístico que permitirá diversificar el turismo de esta parroquia.

#### Indirectos.

Indirectamente quienes se benefician son todos los turistas y visitantes quienes pueden contar con nuevas actividades y atractivos turísticos.

### **Recomendaciones.**

Adecuar un estacionamiento en la cima de la tablada.

Declarar de utilidad pública y comprar el terreno destinado para el mirador.



#### **4.6.2. Mirador de Palo Largo.**

##### **Introducción.**

Mediante la elaboración del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del cantón Santa Ana se han planteado varios proyectos encaminados a dinamizar el turismo del cantón, considerando dentro de éstos la implementación de un mirador que se ubicará en la vía a la Tablada de Palo Largo en la parroquia Ayacucho y en cuya cima del cerro se puede observar una impresionante vista panorámica de la parroquia y su extensa vegetación.

Al implementarse este proyecto ayudará al desarrollo turístico del sitio y transformará a este sector en una zona de desarrollo.

##### **Justificación.**

La diversificación de la oferta turística en el cantón Santa Ana permitirá el crecimiento de flujo turístico y monetario, que beneficiará a los habitantes de las comunidades; además de ofrecer a la población local y nacional una alternativa de recreación.

##### **Objetivo General.**

Contribuir a la dinamización turística de la parroquia Ayacucho mediante la implementación del mirador de Palo Largo como atractivo turístico de aventura.

##### **Objetivos específicos.**

Diseñar el proyecto del mirador

Construir kioscos para venta de jugos y artesanías.

Iluminar el acceso y kioscos.

**Actividades.**

Con el objetivo de promover el desarrollo y mejorar la calidad de vida de las comunidades, se destinará un espacio en el mirador para dos kioscos; uno para la venta de artesanías, donde se exhibirán artículos elaborados por artesanos locales; y otro para la venta de jugos de frutas de temporada, lo que constituye una oportunidad de promover fuentes de trabajo; así como también los visitantes puedan aprovechar en consumir los productos de la zona y adquirir algún souvenir.

**Beneficiarios:**Directos.

Los beneficiarios directos son los pobladores del sitio Palo Largo de la parroquia Ayacucho, al contar con un atractivo turístico que permitirá diversificar el turismo de esta parroquia.

Indirectos.

Indirectamente quienes se benefician son todos los turistas y visitantes quienes pueden contar con nuevas actividades y atractivos turísticos.

**Recomendaciones.**

- Adecuar un estacionamiento en la cima del cerro donde se ubicará el mirador.

**Presupuesto aproximado.**

<b>N°</b>	<b>RUBROS</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P.U.</b>	<b>P. TOTAL</b>
<b>BLOQUE PRINCIPAL</b>					
1	<b>PISO.- EN PLANTA BAJA Y EN PLANTA ALTA</b> , en madera con barnices resistentes a la interperie.	m2	35,28	\$ 110,00	<b>\$ 3.880,80</b>
2	<b>CUBIERTA.- CON TIRAS Y TEJA DECORATIVA</b> (no incluye tumbado)	m2	59,64	\$ 89,60	<b>\$ 5.343,74</b>
3	<b>BASES PARA LA CUBIERTA.- EN CAÑA</b> , tratada, curada y barnizada.	ml	90,36	\$ 30,00	<b>\$ 2.710,80</b>
4	<b>PARED.- REVESTIMIENTO EN MADERA</b> , con barnices resistentes a la interperie.	m2	25,68	\$ 90,00	<b>\$ 2.311,20</b>
5	<b>MESONES.- EN MADERA</b> , con barnices resistentes a la interperie.	ml	11,84	\$ 100,00	<b>\$ 1.184,00</b>
6	<b>PASAMANOS.- EN MADERA</b> , diseños en diferentes sentidos y con barnices resistentes a la interperie.	ml	16,99	\$ 100,00	<b>\$ 1.699,00</b>
6	<b>ESCALERA.- EN MADERA</b> , de 1,00 x 0,30 m cada huella	unidad	17	\$90,00	<b>\$ 1.530,00</b>
6	<b>TABURETES.- EN MADERA</b> , sujetos al piso, con un diámetro de 0,40 m.	unidad	6	\$ 80,00	<b>\$ 480,00</b>
<b>CUBIERTA PERIMETRAL</b>					



#### **4.6.3. Implementación de facilidades turísticas para la Represa Poza Honda.**

**Entidad ejecutora:** GAD Municipal del cantón Santa Ana.

Coordinación zonal 4 del Ministerio de Turismo.

**Beneficiarios:**

Directos: Miembros de la cooperativa de transporte fluvial Poza Honda.

Prestadores de servicios de alimentación y hospedaje de la represa.

Indirectos: Comunidades cercanas a la Represa.

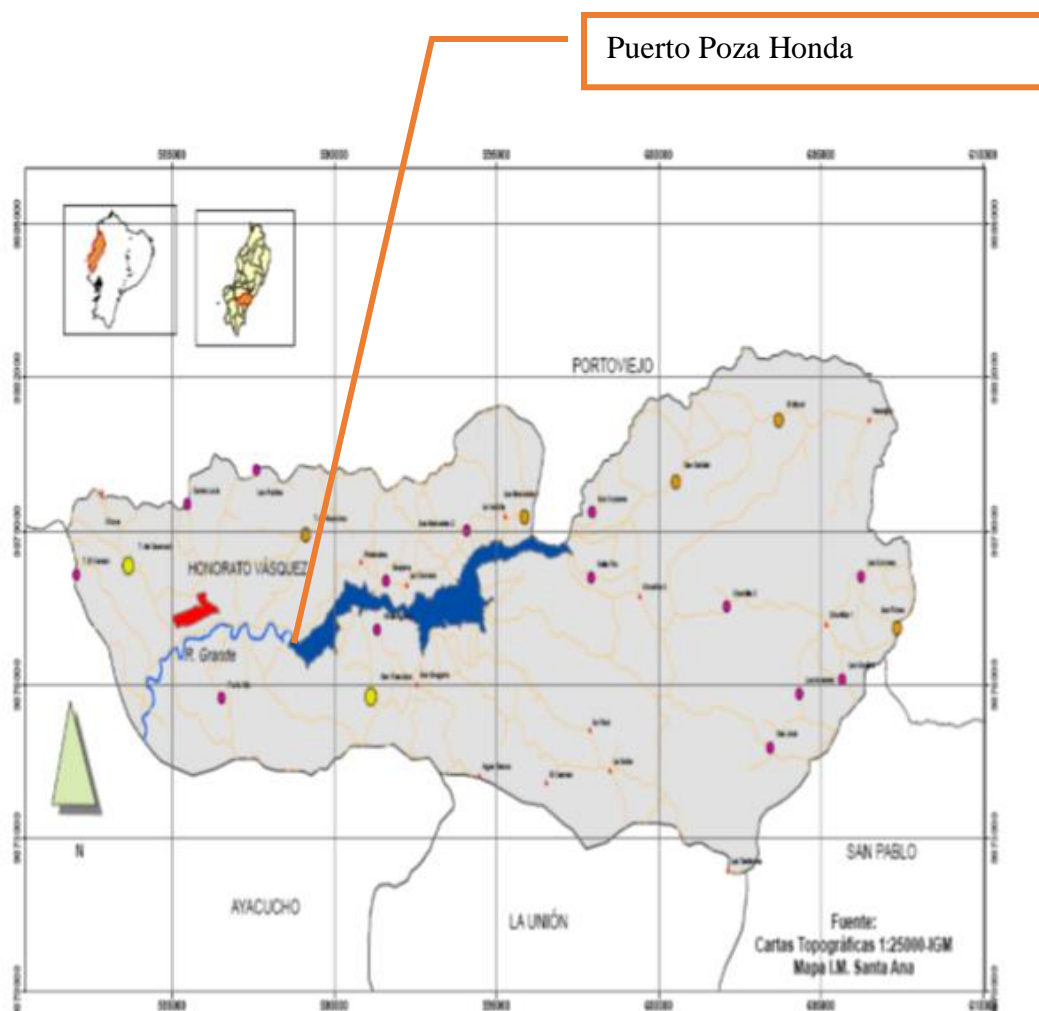
**Monto aproximado:** 60,750.00 dólares americanos

**Sector y tipo de proyecto.**

Sector: Turismo.

Tipo de proyecto: Turismo de aventura.

Localización: Parroquia Honorato Vásquez, Poza Honda.



### **Análisis de la situación actual.**

En la actualidad la Represa Poza Honda es utilizada por la población como un medio de desplazamiento hacia las comunidades cuyo acceso vial no se encuentra en buenas condiciones, además de ser utilizado para pesca artesanal que sirve de alimento a los habitantes de las comunidades aledañas a la Represa.

La Represa también es aprovechada los fines de semana y feriados que es cuando existe afluencia turística y se realizan recorridos por la Represa; cabe destacar que este atractivo no siempre está disponible debido al problema de lechuguines que no permiten la navegación y se presenta en casi todo el año. Sin embargo, cabe destacar que, aunque la represa tiene un gran potencial turístico, el servicio de recorrido carece de seguridad y comodidad lo que provoca que el servicio sea de baja calidad.

### **Justificación.**

Los espejos de agua en cualquier parte del mundo representan una oportunidad para generar oferta turística. La represa Poza Honda cuenta con características paisajísticas atractivas, además de la variedad flora y fauna que presenta, suponen un atractivo turístico importante dentro del cantón.

Con la diversificación de la oferta de la represa se pretende, crear actividades turísticas que sean atractivas y que generen altas expectativas para los visitantes, y con ello promover la redistribución de la riqueza de este sector.

### **Descripción del proyecto.**

Para iniciar el programa se necesita la articulación entre el Departamentos de Turismo del GAD cantonal, el Ministerio de Turismo, Gobierno Provincial de Manabí, Cooperativa de Transporte Fluvial Poza Honda y servidores turísticos involucrados en el turismo que se realiza en la represa para coordinar las acciones de desarrollo del programa.

Las acciones son:

- Socializar el programa con los funcionarios del GAD y servidores turísticos cercanos a la represa.
- Presentar el proyecto al MINTUR y al Gobierno Provincial de Manabí para el financiamiento de equipos de seguridad.
- Construir un embarcadero.
- Adquisición de 10 equipos para kayak.
- Construcción de un área de recepción e información turística.
- Adquisición de 1 lancha para uso turístico.
- Adquisición de 2 equipos para flyboard.
- Adquisición de equipo para pesca deportiva.

#### **Modelo de Flyboard sugerido.**



#### **Modelo de kayak sugerido.**

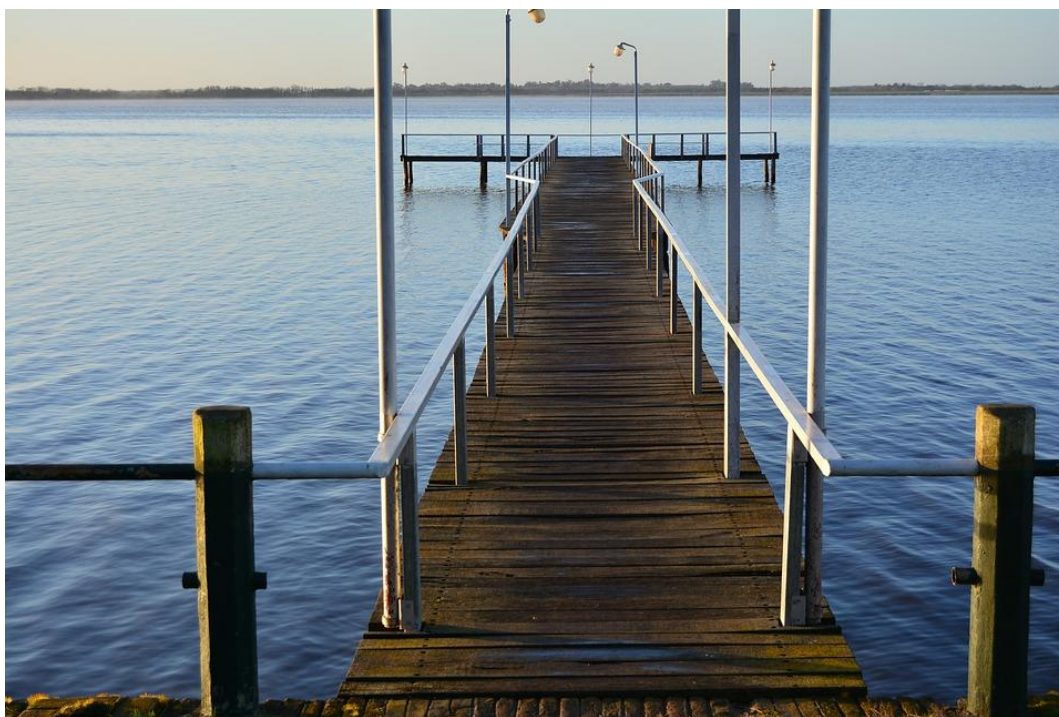




**Modelo sugerido de lancha turística.**



**Modelo sugerido de embarcadero.**



## **4.7. Tareas**

### 4.7.1. Ordenanza turística para el cantón Santa Ana.

Establecer una política turística para el cantón Santa Ana, que estimule el crecimiento y el desarrollo ordenado del turismo del cantón.

Crear una ordenanza que regule las actividades turísticas del cantón Santa Ana, con el objetivo de establecer las normas para la planificación, desarrollo, promoción, incentivos y estímulo de las diferentes actividades turísticas, sean éstas: turísticas-artesanales, turísticas-culturales, turísticas-agroindustriales, turísticas-recreacionales, turísticas-religiosas, turísticas-comerciales, turísticas - ecológicas, turísticas de aventura y turísticas - gastronómicas.

La ordenanza tendrá su campo de acción dentro de la circunscripción del cantón Santa Ana.

Los recursos naturales y culturales deberán ser protegidos y potenciados. Además de promocionar el turismo de forma que se favorezca la comprensión por parte de los visitantes, de los valores, costumbres, tradiciones y expresiones comunitarias y creencias religiosas de los residentes locales.

Vigilar el impacto turístico en la biodiversidad y la cultura provincial y en los derechos humanos fundamentales de los residentes y garantizar el acceso igualitario para visitantes y residentes a las zonas públicas de recreación y turismo.

Garantizar la protección de los recursos naturales y el mantenimiento de los patrimonios geológicos, arquitectónicos y culturales en las zonas turísticas.

#### 4.8. Cuadro de aplicación de programas y proyectos.

Programas y Proyectos	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Costo total aproximado.
Programa de Concienciación Ambiental.	X	X	X			\$ 25.000
Programa de Rescate de Saberes Ancestrales.	X	X	X			\$ 15.000
Programa de Capacitación para fortalecer el sector turístico del cantón Santa Ana.	X	X	X	X	X	\$ 20.000
Programa de Comercialización Turística para el cantón Santa Ana.		X	X	X	X	\$ 16.000
Programa de Señalización Turística del cantón Santa Ana.		X	X			\$ 15.000
Mirador de la Tablada del Guarumo.		X	X			\$ 24.476,02
Mirador de la Tablada de Palo Largo.		X	X			\$ 24.476,02
Implementación de facilidades turísticas para la Represa Poza Honda.		X	X			\$ 60.750
					<b>Total</b>	<b>\$ 192.289,64</b>

Elaborado por: Equipo Consultor.

## **RUTAS TURÍSTICAS POTENCIALES DEL CANTÓN SANTA ANA.**

### **Introducción.**

El diseño de nuevas rutas pretende diversificar la oferta turística del cantón Santa Ana permitiendo el crecimiento sostenible de la actividad, integrando varios sitios con gran potencial poniéndolas en valor, generando así nuevas fuentes de ingreso para las comunidades y con ello haciendo de Santa Ana un cantón turístico.

### **Justificación.**

El cantón Santa Ana cuenta con el bio-corredor turístico como un producto posicionado dentro de su periferia, lo que ha ocasionado que muchos de los recursos tanto naturales como culturales adicionales que posee, no se desarrollen ni se promocionen dentro y fuera del cantón.

Adicionalmente, las potencialidades turísticas no cuentan con rutas definidas que permitan y faciliten el conocimiento de las mismas hacia los visitantes y que aún no han sido desarrollados ni mucho menos incorporados como destinos turísticos. Es por ello que se refleja la necesidad de diseñar nuevas rutas que logren complementar las bellezas turísticas que se encuentran dentro del cantón para ofrecer al turista una experiencia única.

### **Objetivo General.**

- Diseñar rutas turísticas de aventura para el cantón Santa Ana, provincia de Manabí.

### **Objetivos específicos.**

- Diseñar el presupuesto de implementación, promoción y modelo de gestión.
- Elaborar el estudio técnico de la ruta.

- Establecer la viabilidad ambiental - sociocultural de la ruta.
- Determinar la viabilidad económica - financiera de la ruta.

### Ruta “Invierno”.

La ruta “Invierno” es de carácter de aventura y propone integrar a las parroquias Ayacucho y Honorato Vásquez con los sitios: Río Ciego, El Tamarindo, El Guarumo, La Chorrera.

### Actividades.

Tabla 18: Actividades de la Ruta “Invierno”.

Sitio	Actividad
Río Ciego	Senderismo, observación de monos aulladores, baño en la cascada.
El Tamarindo	Senderismo, baño en la cascada.
El Guarumo	Senderismo, baño en cascada.
La Chorrera	Senderismo, baño en la cascada.
La Laguna	Agroturismo en fincas cacaoteras, elaboración y degustación del chocolate, presentaciones culturales mediante el Centro turístico comunitario La Quinkigua. (Vigente durante todo el año)

Elaborado por: Equipo consultor.

Figura 31: Ruta Invierno.



### Ruta Campestre.

La ruta “Campestre” es de carácter de aventura, está dirigida al mercado que guste de la tranquilidad y conexión con la naturaleza; propone integrar a las parroquias La Unión y San Pablo de Pueblo Nuevo con los sitios: Corralón, el Moral y Domingo.

### Actividades.

Tabla 19: Actividades de la Ruta "Campestre".

Sitio	Actividad
Corralón	Senderismo, baño en la cascada.
El Moral	Senderismo, baño en la cascada.
Domingo	Senderismo, baño en cascada.

Elaborado por: Equipo consultor.

Figura 32: Ruta Campestre.



## BIBLIOGRAFÍA.

- Acerenza, M. Á. (1985). Planificación estratégica del turismo: esquema metodológico. *Dialnet: Estudios Turísticos*, 37.
- Acerenza, M. A. (2006). *Conceptualización, Origen y Evolución del Turismo*. México DF: Trillas .
- Alvarenga , L. E., & Valladares, N. A. (1997). *Educación y Tecnología*. Obtenido de Estudio de Mercado: [http://clasehn.net/docpdf\\_fp/AD01\\_Modulo\\_Estudio\\_Mercado.pdf](http://clasehn.net/docpdf_fp/AD01_Modulo_Estudio_Mercado.pdf)
- Andes. (06 de 04 de 2018). *Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica*. Obtenido de Balanza turística de Ecuador con saldo positivo en 2017: <https://www.andes.info.ec/es/noticias/turismo/1/balanza-turistica-de-ecuador-con-saldo-positivo-en-2017-para-publicar-sabado-7-04-18>
- Asamblea Nacional Constituyente. (2002). *Ley de Turismo de la República del Ecuador*.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*.
- Bermúdez Acuña, F. (2002). *Instituto Nacional de Aprendizaje, Núcleo de Turismo*. Obtenido de Generalidades del Turismo: [http://www.ina.ac.cr/documentos/turismo\\_aventura/GENERALIDADES%20DEL%20TURISMO.pdf](http://www.ina.ac.cr/documentos/turismo_aventura/GENERALIDADES%20DEL%20TURISMO.pdf)
- Boullon, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. México: Trillas.
- Burneo, S. (2009). Megadiversidad . *Letras Verdes*, 1.
- Conde Pérez , E. M., Covarrubias Ramírez, R., & Ávalos , A. A. (2014). Valoración de la Oferta Turística del Destino Turístico Manzanillo, México. *Revista Turismo y Desarrollo Local*, 4.
- Córdova, J. E. (29 de 01 de 2010). *Guianza*. Obtenido de Conceptualización básica de la OMT: <http://turismoyguianza.blogspot.com/2010/01/conceptualizacion-basica-de-la-omt.html>
- De la Colina, J. M. (2008). *Universidad para la Cooperación Internacional*. Obtenido de El Concepto del Producto Turístico: [http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo\\_Turistico\\_-\\_LS2.2.\\_Concepto\\_de\\_Producto\\_Turistico.pdf](http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-_LS2.2._Concepto_de_Producto_Turistico.pdf)
- Diéguez Castrillón, M. I., Gueimonde Canto, A. I., Blanco Cerradelo, L., & Sinde Cantorna, A. I. (2011). Iniciativa empresarial en turismo rural. *Gran Tour, Revista de Investigaciones Turísticas*.

- Ecuavisa. (26 de 09 de 2017). *Ecuavisa*. Obtenido de Ecuador Turístico: cifras y datos que debes saber: <https://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/actualidad/323596-ecuador-turistico-cifras-datos-que-debes-saber>
- Fayos-Solà, E., Fuentes Moraleda, L., & Muñoz Mazón, A. I. (2012). Elaborando un plan de política turística: consideraciones metodológicas. *Papers de Turismo*, 43.
- GAD Municipal Santa Ana. (s.f.). *GAD Municipal Santa Ana*. Recuperado el 6 de 08 de 2018, de Santa Ana - Situación Geográfica: <https://santaana.gob.ec/santa-ana/situacion-geografia/>
- GAD Municipal Santa Ana. (s.f.). *GAD Municipal Santa Ana*. Recuperado el 06 de 08 de 2018, de Santa Ana - División Política: <https://santaana.gob.ec/santa-ana/division-politica/>
- Gobierno Provincial de Manabí. (2016). *Gobierno Provincial de Manabí*. Obtenido de Manabí, cultura, montaña, mar y gastronomía: <http://www.manabi.gob.ec/turismo-manabi/manabi-cultura-montana-mar-y-gastronomia>
- Gobierno Provincial de Manabí. (08 de 11 de 2017). *ISSUU*. Obtenido de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Manabí 2015-2024: [https://issuu.com/gadmanabi/docs/pdyot\\_20manabi\\_20actualizado](https://issuu.com/gadmanabi/docs/pdyot_20manabi_20actualizado)
- Huertas Roig, A. (2014). *Marcas Turísticas*. Obtenido de Marca Turística o Marca de Destino: <http://www.marcasturisticas.org/index.php/definiciones/109-marca-turistica-o-marca-de-destino>
- INEC. (04 de 2018). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de Registro Estadístico de Entradas y Salidas Internacionales 2017: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion\\_y\\_Demografia/Migracion/2017/Presentacion\\_Entradas\\_y\\_Salidas\\_Internacionales\\_2017.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Migracion/2017/Presentacion_Entradas_y_Salidas_Internacionales_2017.pdf)
- Mantero, J. C. (2013). Desarrollo turístico: de la ética de los principios a la práctica del turismo responsable. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 204.
- Mendoza Ontiveros, M. M., Figueroa Hernández, E., & Godínez Montoya, L. (2015). Turismo Comunitario pro-pobre en el ejido El Rosario, Rerva de la Biosfera de la Mariposa Monarca. *El Periplo Sustentable*, 98.
- MINTUR. (29 de 04 de 2013). *Manual de Señalización Turística*. Obtenido de ISSUU: [https://issuu.com/direcdigital/docs/manual\\_se\\_alizaci\\_n\\_26\\_abr\\_2013](https://issuu.com/direcdigital/docs/manual_se_alizaci_n_26_abr_2013)
- Mintur. (11 de 12 de 2017). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Ecuador alcanzó este año 25 reconocimientos turísticos internacionales: <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-alcanzo-este-ano-25-reconocimientos-turisticos-internacionales/>



- Monterrubio Cordero, J. C. (2009). Comunidad receptora: Elemento esencial en la gestión turística. *Redalyc - Gestión Turística*, 7.
- OMT. (15 de 08 de 2017). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de Turismo: el crecimiento no es el enemigo sino la gestión insostenible: <http://media.unwto.org/es/press-release/2017-08-18/turismo-el-crecimiento-no-es-el-enemigo-sino-la-gestion-insostenible>
- Orejuela Córdova, S., & Sandoval Medina, P. (12 de 2002). *Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Carrera de Ingeniería Comercial*. Obtenido de Guía del estudio de mercado para la evaluación de proyectos: [https://www.eenasque.net/guia\\_transferencia\\_resultados/files/Univ.Chile\\_Tesis\\_Guia\\_del\\_Estudio\\_de\\_Mercado\\_para\\_la\\_Evaluacion\\_de\\_Proyectos.pdf](https://www.eenasque.net/guia_transferencia_resultados/files/Univ.Chile_Tesis_Guia_del_Estudio_de_Mercado_para_la_Evaluacion_de_Proyectos.pdf)
- Organización Mundial del Turismo . (1999). Código Ético Mundial para el Turismo. *Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo* (pág. 2). Santiago de Chile: OMT.
- Organización Mundial del Turismo. (2005). *Introducción al Turismo*. OMT.
- Organización Mundial del Turismo. (2013). *UNWTO*. Obtenido de Sustainable Development of Tourism: <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
- Revista LA GENTE de Manabí. (2013). El corredor turístico del Cantón Santa Ana. *Revista LA GENTE de Manabí*.
- Reyes Ávila, B., & Barrado Timón, D. (2005). Nuevas Tendencias en el Desarrollo de Destinos Turísticos: Marcos Conceptuales y Operativos para su Planificación y Gestión. *Cuadernos de turismo*, 5.
- Rodrigues, L., & Carrasqueira, H. (2011). Análisis del desempeño competitivo de los destinos turísticos balnearios. El caso de Algarbe versus el Sur de España. *Scielo*.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Plan Nacional de desarrollo 2017-2021 "Toda una Vida"*. Quito: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - Senplades 2017.
- United Nations Development Programme. (01 de 1997). *Reconceptualising Governance*. New York: UNDP.
- UNWTO Organización Mundial del Turismo. (15 de 01 de 2018). *UNWTO Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de Resultados del turismo internacional en 2017: los más altos en siete años: <http://media.unwto.org/es/press-release/2018-01-15/resultados-del-turismo-internacional-en-2017-los-mas-altos-en-siete-anos>
- Varisco, C. (2014). *Núlan*. Obtenido de Portal de Promoción y Difusión Pública del Conocimiento Académico y Científico: <http://nulan.mdp.edu.ar/2681/1/varisco-2014.pdf>

Varisco, C. A. (2016). Turismo Rural: Propuesta Metodológica. *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 4.

World Economic Forum. (12 de 10 de 2016). *World Economic Forum*. Obtenido de ¿Qué es la competitividad?: <https://es.weforum.org/agenda/2016/10/que-es-la-competitividad/>

## **5. ANEXOS.**

### **Anexo 1.**

#### **Problemas identificados en los sitios de visita.**

Durante las visitas de campo se pudo evidenciar varias problemáticas que atañan estos lugares y que por lo consiguiente generan desconocimiento y desaprovechamiento de dichos sitios, como se detalla a continuación:

- La mayoría de las vías de acceso se encuentran en mal estado, se requiere vehículos de doble tracción, el resto del trayecto se lo realiza mediante caminatas que oscilan entre 30 minutos y otros sitios de hasta 4 horas.
- No existe señalización turística, ni de aproximación, tampoco de información de los sitios de visita, para llegar es necesario preguntar o ir con personas que conocen estos destinos.
- En los balnearios, las condiciones sanitarias son deficientes e insuficientes para el flujo de visitantes que reciben. Muchos de éstos ni si quiera cuentan con baterías sanitarias.
- Los servicios de alimentación en los balnearios son informales y solo atienden los fines de semana y feriados, lo que crea una falsa expectativa en el cliente.
- Los prestadores de servicios turísticos no están totalmente capacitados; cuando se los capacita no aplican lo aprendido debido al escaso control y seguimiento., además, muchos de ellos no poseen interés en capacitarse.
- Los precios de los servicios de alimentación tienen valores similares, pero no están totalmente regulados.

- Las caídas de agua no cuentan con senderos establecidos, ni señalización turística, ni guías especializados que orienten los recorridos. Sumando a esto, las
- caídas de agua son estacionales con capacidad de carga limitada y los accesos tienen dificultad y muchos de ellos tardan horas de caminata para llegar.

### **6.1 Fundamentación ética.**

La fundamentación ética se asentará bajo los lineamientos del Código Ético Mundial para el Turismo, el Plan Nacional del Buen Vivir.

#### Código ético mundial para el turismo.

Todas las actividades que se realicen en torno al turismo, deben estar normadas mediante la aplicación de buenas prácticas éticas tanto para las personas como para el entorno en el que se desarrollen, es así, que la Organización Mundial del Turismo (OMT) en sincronía con las Naciones Unidas, apuestan por el turismo como un instrumento que permite el progreso de los destinos en los que se efectúe.

Es por ello que se crean políticas de regulación de la actividad turística, el Código Ético Mundial para el Turismo describe que:

“Expresamos nuestra voluntad de promover un orden turístico mundial equitativo, responsable y sostenible, en beneficio mutuo de todos los sectores de la sociedad y en un entorno de economía internacional abierta y liberalizada”. (Organización Mundial del Turismo , 1999)

#### **Artículo 1.**

**Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuos entre hombres y sociedades:**

1.- (...) Los agentes del desarrollo turístico y los propios turistas prestarán atención a las tradiciones y prácticas sociales y culturales de todos los pueblos, incluso a las de las minorías nacionales y de las poblaciones autóctonas, y reconocerán su riqueza.

2.- Las actividades turísticas se organizarán en armonía con las peculiaridades y tradiciones de las regiones y países receptores, y con respeto a sus leyes y costumbres.

3.- Tanto las comunidades receptoras como los agentes profesionales locales habrán de aprender a conocer y a respetar a los turistas que los visitan, y a informarse sobre su forma de vida, sus gustos y sus expectativas. (...)

## **Artículo 2.**

### **El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo:**

1.- (...) Si se lleva a cabo con la apertura de espíritu necesaria, es un factor insustituible de autoeducación, tolerancia mutua y aprendizaje de las legítimas diferencias entre pueblos y culturas y de su diversidad.

4.- Los desplazamientos por motivos de religión, salud, educación e intercambio cultural o lingüístico constituyen formas particularmente interesantes de turismo, y merecen fomentarse.

## **Artículo 3**

### **El turismo, factor de desarrollo sostenible**

1.- Todos los agentes del desarrollo turístico tienen el deber de salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales, en la perspectiva de un crecimiento económico saneado, constante y sostenible, que sea capaz de satisfacer equitativamente las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes y futuras.

**Artículo 4****El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad**

2.- Las políticas y actividades turísticas se llevarán a cabo con respeto al patrimonio artístico, arqueológico y cultural, que deben proteger y transmitir a las generaciones futuras. Se concederá particular atención a la protección y a la rehabilitación de los monumentos, santuarios y museos, así como de los lugares de interés histórico o arqueológico, que deben estar ampliamente abiertos a la frecuentación turística. (...)

**Artículo 5****El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino**

1.- Las poblaciones y comunidades locales se asociarán a las actividades turísticas y tendrán una participación equitativa en los beneficios económicos, sociales y culturales que reporten, especialmente en la creación directa e indirecta de empleo a que den lugar.

**Artículo 10****Aplicación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo**

1.- Los agentes públicos y privados del desarrollo turístico cooperarán en la aplicación de los presentes principios y controlarán su práctica efectiva.

**Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 “Toda una Vida”**

Dentro de los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 “Toda una Vida”

(Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017) expresa lo siguiente:

**Objetivo 2:** Afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades diversas.

Uno de los fundamentos de este objetivo es que:

En un país con gran riqueza cultural, es imprescindible tomar en cuenta la multiplicidad de actores y la forma en que estos construyen visiones y concepciones propias, así como formas diversas de participar como agentes de desarrollo. (p60).

**Objetivo 5:** Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.

La generación de trabajo y empleo es una preocupación permanente en los diálogos. En ellos se propone la dinamización del mercado laboral a través de tipologías de contratos para sectores que tienen una demanda y dinámica específica. Asimismo, se proponen incentivos para la producción que van desde el crédito para la generación de nuevos emprendimientos; el posicionamiento de sectores como el gastronómico y el turístico –con un especial énfasis en la certificación de pequeños actores comunitarios–; hasta la promoción de mecanismos de comercialización a escala nacional e internacional. (p80).

En dónde uno de sus fundamentos es:

La agenda de trabajo conjunta entre el sector público, privado y comunitario se centrará en el incremento de la productividad, la diversificación, la agregación de valor y la capacidad exportadora, las cuales generarán mayor competitividad anclada en empleo de calidad y mejores oportunidades de negocio para garantizar un crecimiento sustentable. (p82).

**Objetivo 9:** Garantizar la soberanía y la paz, y posicionar estratégicamente al país en la región y el mundo.

Se han planteado propuestas para la protección del patrimonio natural y cultural; la promoción de la identidad y cultura ecuatoriana, junto con la promoción de mercados internacionales para exportación de productos, bienes y servicios culturales y patrimoniales; el desarrollo de la oferta turística nacional, el turismo receptivo y comunitario, vinculando los saberes y conocimientos de las comunidades en los procesos turísticos; y la promoción de industrias culturales. (p104).

Para finalizar, el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 “Toda una Vida” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017) realiza las siguientes propuestas que van encauzadas a la actividad turística:

**Lineamientos territoriales para cohesión territorial con sustentabilidad ambiental y gestión de riesgos.**

b) Gestión del hábitat para la sustentabilidad ambiental y la gestión integral de riesgos

b.2.Promover y difundir la riqueza cultural y natural de Ecuador, garantizando la protección y salvaguarda del patrimonio cultural material e inmaterial del país. (p123).

**Lineamientos territoriales de acceso equitativo a infraestructura y conocimiento.**

d) Impulso a la productividad y la competitividad sistémica a partir del potenciamiento de los roles y funcionalidades del territorio

d.11.Fomentar el emprendimiento local y el turismo comunitario terrestre y marino, para el aprovechamiento sostenible de la biodiversidad. (p125)



## **6.2 Fundamentación legal**

La presente investigación se fundamenta legalmente en los siguientes entes reglamentarios.

### Constitución de la República del Ecuador

De acuerdo con la Constitución de la República del Ecuador (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008) en el artículo 3 inciso 5 indica lo siguiente: “Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir”.

Mientras que en el artículo 59 señala:

Art. 59.- Se reconocen los derechos colectivos de los pueblos montubios para garantizar su proceso de desarrollo humano integral, sustentable y sostenible, las políticas y estrategias para su progreso y sus formas de administración asociativa, a partir del conocimiento de su realidad y el respeto a su cultura, identidad y visión propia, de acuerdo con la ley.

Para finalizar con la Constitución de la República del Ecuador, como parte de las responsabilidades del estado el artículo 387 inciso 4 indica:

Garantizar la libertad de creación e investigación en el marco del respeto a la ética, la naturaleza, el ambiente, y el rescate de los conocimientos ancestrales.

### Ley de Turismo

La investigación de fundamente legalmente en la Ley de Turismo (Asamblea Nacional Constituyente, 2002) menciona lo siguiente:

Según el principio de la actividad turística, en el artículo 3:

d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,

e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

**Anexo 3.**

Fotos de recorridos y georreferenciación.



Fotos de capacitaciones.



Fotos de la Asamblea.





## Anexo 2.



Fichas de georreferencia de la parroquia Honorato Vásquez.




<b>Potencialidad: La Quinkigua Lodge</b>		
<b>Sitio: La Laguna</b>		<b>(1)</b>
<b>CANTÓN:</b> Santa Ana	<b>PARROQUIA:</b> Honorato Vásquez	
<b>X:</b> 0596997	<b>Y:</b> 9879769	
<b>DIRECCIÓN:</b> SE	<b>ALTITUD:</b> 201m	
<b>BARÓMETRO:</b>	<b>FECHA Y HORA:</b> 20/03/2018 12h23	
<b>OBSERVACIONES.</b>		
<p>En la comunidad La Laguna, se encuentra el Lodge llamado La Quinkigua; este lodge fue impulsado por la ONG <i>Maquita Turismo</i>, pertenece y es manejado por el “Comité de Desarrollo Comunitario La Laguna”. Cuenta con cabañas de infraestructura vernácula que están hechas de caña bambú, paja toquilla y madera; tienen 6 cabañas que dan abasto para 25 pax y están equipadas con ventilación, baño privado y agua caliente. Además, cuenta con un restaurante, bar y jardines.</p> <p>Ofrecen a las visitantes representaciones culturales, tours del cacao y chocolate por las fincas agroturísticas de la comunidad.</p> <p>Los visitantes llegan en grupo a esta comunidad y generalmente lo hacen por contacto mediante redes sociales, tienen poco flujo de turistas.</p>		
<b>PERSONAS</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>MAIL Y TELÉFONO</b>
Valeria García	Miembro del Comité de Desarrollo Comunitario La Laguna	0993533162
Fotografías		
		





<b>Potencialidad: Cascada la Chorrera</b>		
<b>Sitio: La Chorrera</b>		<b>(2)</b>
<b>CANTÓN: Santa Ana</b>	<b>PARROQUIA: Honorato Vásquez</b>	
<b>X: 0592628</b>	<b>Y: 9878871</b>	
<b>DIRECCIÓN: SE</b>	<b>ALTITUD: 195m</b>	
<b>BARÓMETRO:</b>	<b>FECHA Y HORA: 20/03/2018 9h58</b>	
<b>OBSERVACIONES.</b>		
<p>La cascada La Chorrera tiene aproximadamente 23m de altura y es de fácil acceso, está disponible solo en temporada invernal; en la caída se forma una poza de aproximadamente 3m de ancho, donde los visitantes pueden bañarse.</p> <p>El paisaje esta adornado por vegetación propia de la zona como: palma, tagua, helechos, laurel, piñón, hierba y plantaciones agrícolas. Además, se observa fauna como mariposas, aves y se puede percibir el ruido de los monos, insectos y aves.</p> <p>La cascada es visitada los fines de semana; la señora Rosa Quijije es quien prepara los platos típicos en horno de leña (gallina criolla, empanadas y corviches) para los visitantes, así como también es quien mantiene limpia la cascada; debido, a que ésta se encuentra dentro de la propiedad de su familia.</p> <p>A la cascada llegan de 20 a 30 visitantes, con más frecuencia los días domingo. El camino para acceder es lastrado. Dentro de la comunidad habitan 9 familias.</p> <p>La cascada no cuenta con las facilidades turísticas tales como señalización, vestidores, seguridad, entre otros.</p>		
<b>PERSONAS</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>MAIL Y TELÉFONO</b>
Rosa Quijije	Encargada de la cascada	0990447219
Fotografías		
		





<b>Potencialidad: Río Mineral</b>		
<b>Sitio: Bella Flor</b>		<b>(3)</b>
<b>CANTÓN: Santa Ana</b>	<b>PARROQUIA: Honorato Vásquez</b>	
<b>X: 0597686</b>	<b>Y: 9878362</b>	
<b>DIRECCIÓN: SE</b>	<b>ALTITUD: 117m</b>	
<b>BARÓMETRO:</b>	<b>FECHA Y HORA: 20/03/2018 11h31</b>	
<b>OBSERVACIONES.</b>		
<p>El Río Mineral se encuentra ubicado en el sitio Bella Flor, tiene un ancho de aproximadamente 7m en verano y en invierno tiende a crecer de acuerdo a las lluvias. Este río es uno de los afluentes que alimenta la Represa Poza Honda y a su vez forma al Río Grande.</p> <p>El paisaje alrededor del río, está formado por vegetación propia de la zona como hierba, maleza, papaya, laurel. A lo largo del río se encuentran rocas, algunas de ellas tienen conchas marinas incrustadas en su superficie.</p> <p>Se observa fauna domestica debido a que la parte del balneario es una superficie abierta y está poblada.</p> <p>En la zona abierta se encuentra un área de camping, que es poco conocida y poco utilizada.</p> <p>Los pobladores ofrecen comida típica como: empanadas, corviches y tongas; que son ofertadas a los visitantes únicamente los fines de semana y feriados.</p> <p>La zona alrededor del río no cuenta con la debida señalética turística ni las condiciones de seguridad necesarias.</p> <p>En la actualidad el sitio no está siendo visitado, así como también los moradores no están interesaos en explotar dicho recurso.</p>		
<b>PERSONAS</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>MAIL Y TELÉFONO</b>
Fotografía		
		






<b>Potencialidad: Río Pata de Pájaro</b>		
<b>Sitio: Cuyeyes</b>		<b>(3)</b>
<b>CANTÓN: Santa Ana</b>	<b>PARROQUIA: Honorato Vásquez</b>	
<b>X: 0597680</b>	<b>Y: 9879706</b>	
<b>DIRECCIÓN: SE</b>	<b>ALTITUD: 123m</b>	
<b>BARÓMETRO:</b>	<b>FECHA Y HORA: 20/03/2018 11h50</b>	
<b>OBSERVACIONES.</b>		
<p>El Río Pata de Pájaro se encuentra ubicado en el sitio Cuyeyes, tiene un ancho de aproximadamente 13m en verano y en invierno tiende a crecer de acuerdo a las lluvias. Este río es uno de los afluentes que alimenta la Represa Poza Honda y a su vez forma al Río Grande.</p> <p>El paisaje alrededor del río, está formado por vegetación propia de la zona como hierba, maleza, papaya, laurel. A lo largo del río se encuentran rocas, algunas de ellas tienen conchas marinas incrustadas en su superficie.</p> <p>No se observa fauna en el área del río.</p> <p>La zona alrededor del río no cuenta con las facilidades turísticas necesarias, además el sitio es poco conocido y para acceder a la zona del balneario se debe bajar aproximadamente 3m mediante una escalinata sobre la tierra construida de manera empírica, haciéndolo dificultoso y causando inseguridad a los visitantes.</p> <p>En la actualidad el sitio es visitado únicamente los fines de semana. Además, la oferta de servicios alimenticios es deficiente.</p>		
<b>PERSONAS</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>MAIL Y TELÉFONO</b>
<b>Fotografías</b>		
		

<b>Potencialidad: Represa Poza Honda</b>		
<b>Sitio: Poza Honda</b>		<b>(5)</b>
<b>CANTÓN:</b> Santa Ana	<b>PARROQUIA:</b> Honorato Vásquez	
<b>X:</b> 0588862	<b>Y:</b> 987678	
<b>DIRECCIÓN:</b> SW	<b>ALTITUD:</b> 105m	
<b>BARÓMETRO:</b>	<b>FECHA Y HORA:</b> 18/04/2018 15h00	
<b>OBSERVACIONES.</b>		
<p>La Represa Poza Honda fue inaugurada en 1971, tiene una extensión de 12.5 kilómetros de largo y un promedio de 1.200 metros de ancho.</p> <p>Al navegar por la represa se puede observar las montañas adornadas con una extensa vegetación. La represa cuenta con una gran variedad de peces.</p> <p>La represa cuenta con una asociación de canoeros llamada Cooperativa de Transporte Fluvial “Poza Honda”, quienes son los encargados de realizar los recorridos por la represa, y de transportar a los habitantes de las comunidades aledañas, los visitantes llegan generalmente los fines de semana y feriados; siendo el domingo el día con mayor afluencia turística.</p>		
<b>PERSONAS</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>MAIL Y TELÉFONO</b>
Abel Loor	Presidente de la Cooperativa de Transporte Fluvial “Poza Honda”	0986819015
<b>Fotografías</b>		
		
		
		

<b>Potencialidad: Isla de los pájaros</b>		
<b>Sitio: Poza Honda</b>		<b>(6)</b>
<b>CANTÓN: Santa Ana</b>	<b>PARROQUIA: Honorato Vásquez</b>	
<b>X: 0594305</b>	<b>Y: 9877603</b>	
<b>DIRECCIÓN: SE</b>	<b>ALTITUD: 106m</b>	
<b>BARÓMETRO:</b>	<b>FECHA Y HORA: 21/03/2018</b>	
<b>OBSERVACIONES.</b>		
<p>La isla se encuentra dentro de la represa Poza Honda, llamada así por la variedad de aves que se asientan allí, la isla no cuenta con un acceso ni sendero; es únicamente usada como una parada dentro del recorrido de la represa para apreciar a las aves desde las canoas.</p> <p>Entre la variedad de flora que existe en la pequeña isla están: el guachapelí, muyuyo, dormilón, fernan sanchez, samán, higuera, pastos, hierbas, entre otros.</p> <p>Las aves que están presentes en la isla son: cormorán, garza blanca y gavilanes; entre otras. Además, la isla constituye un sitio de anidación de las aves</p>		
<b>PERSONAS</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>MAIL Y TELÉFONO</b>
<b>Fotografías</b>		
		
		

<b>Potencialidad: Cascada San Ramón</b>		
<b>Sitio: El Guarumo</b>		<b>(7)</b>
<b>CANTÓN: Santa Ana</b>	<b>PARROQUIA: Honorato Vásquez</b>	
<b>X: 0587583</b>	<b>Y: 9875938</b>	
<b>DIRECCIÓN: SE</b>	<b>ALTITUD:101m</b>	
<b>BARÓMETRO:</b>	<b>FECHA Y HORA: 22/03/2018 10h59</b>	
<b>OBSERVACIONES.</b>		
<p>La cascada San Ramón, se encuentra a aproximadamente 45min caminando, en dónde la mayoría del tramo se debe hacer a través del estero, por este motivo los vehículos no pueden ingresar. En el trayecto se observan rocas con conchas fosilizadas y un tronco de árbol petrificado.</p> <p>La caída de agua es de aproximadamente 20m, y está presente desde enero a junio siempre considerando la intensidad del invierno. En la montaña que cae el agua se observan los colores de las diferentes capas del suelo, además tiene una cavidad que asemeja a un techo en la caída del agua.</p> <p>La cascada está rodeada de vegetación y se puede escuchar el sonido de las aves.</p>		
<b>PERSONAS</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>MAIL Y TELÉFONO</b>
Martín Morrillo	Dueño de la cascada	0969689704
<b>Fotografías</b>		
		
		

<b>Potencialidad: Centro Turístico San Valentín / Balneario San Martín</b>		
<b>Sitio: El Guarumo (8)</b>		
<b>CANTÓN: Santa Ana</b>	<b>PARROQUIA: Honorato Vásquez</b>	
<b>X: 0587129</b>	<b>Y: 9877151</b>	
<b>DIRECCIÓN: SE</b>	<b>ALTITUD: 80m</b>	
<b>BARÓMETRO:</b>	<b>FECHA Y HORA: 22/03/2018 10h01</b>	
<b>OBSERVACIONES.</b>		
<p>El Centro Turístico San Valentín y el Balneario San Martín están ubicados en el mismo sector; sin embargo, se diferencian. El centro turístico cuenta con alojamiento, coliseo, restaurante y piscinas. Mientras que, el balneario es la zona del río. Aquí se encuentran dos restaurantes.</p> <p>Los fines de semana y feriados son más visitados por turistas.</p>		
<b>PERSONAS</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>MAIL Y TELÉFONO</b>
Mercedes Briones	Restaurante María José / San Martín	0991995260
Valentín Loor	Dueño de San Valentín	0993435276
<b>Fotografías</b>		
		
Balneario San Martín	Centro Turístico San Valentín	

Potencialidad: Mirador de la Tablada del Guarumo		
Sitio: Tablada del Guarumo		(9)
<b>CANTÓN:</b> Santa Ana	<b>PARROQUIA:</b> Honorato Vásquez	
<b>X:</b> 0569835	<b>Y:</b> 9866513	
<b>DIRECCIÓN:</b> SE	<b>ALTITUD:</b> 392m	
<b>BARÓMETRO:</b>	<b>FECHA Y HORA:</b> 22/03/2018 09h35	
<b>OBSERVACIONES.</b>		
<p>El mirador está ubicado en el cerro de la Tablada del Guarumo, se accede en carro el camino es lastrado. Desde el mirador se puede observar la Represa Poza Honda.</p> <p>La vegetación que rodea el mirador es de producción agrícola, además se puede percibir el sonido de las aves.</p> <p>Frente al mirador se encuentra una vertiente de agua natural en forma de pozo, esta agua es utilizada para el consumo y para lavar ropa. En este pozo se observan renacuajos.</p> <p>En el lugar no hay señalética que indique donde se encuentra el mirador, el sitio tampoco cuenta con infraestructura para poder desarrollarse turísticamente y es poco conocido.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Fotografías		
		
		

<b>Potencialidad: La Casa del Gringo</b>		
<b>Sitio: Los Platanales</b>		<b>(10)</b>
<b>CANTÓN: Santa Ana</b>	<b>PARROQUIA: Honorato Vásquez</b>	
<b>X: 0589840</b>	<b>Y: 9876565</b>	
<b>DIRECCIÓN: SW</b>	<b>ALTITUD: 126m</b>	
<b>BARÓMETRO:</b>	<b>FECHA Y HORA: 24/05/2018 10h37</b>	
<b>OBSERVACIONES.</b>		
<p>La casa del gringo, cuenta con 2 cabañas de hospedaje pertenecientes a un ciudadano suizo. Las cabañas están elaboradas con materiales de la zona de infraestructura vernácula y son diseñadas por el dueño.</p> <p>Generalmente los turistas que se hospedan son de Suiza, amigos o conocidos del dueño. Las cabañas están equipadas con una cocina para que los turistas preparen sus alimentos; además, cuentan con un sendero por la finca y una lancha. Al realizar estos recorridos los visitantes pueden observar aves, monos aulladores, serpientes, ardillas, perezosos, entre otros.</p>		
<b>PERSONAS</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>MAIL Y TELÉFONO</b>
Edison Sornoza	Administrador	0993047211
Jorge Arnet	Dueño	0994018889
Fotografías		
  		

<b>Potencialidad: Finca Orgánica Agua Blanca</b>	
<b>Sitio: El Tillo (11)</b>	
<b>CANTÓN: Santa Ana</b>	<b>PARROQUIA: Honorato Vásquez</b>
<b>X: 0592544</b>	<b>Y: 9876039</b>
<b>DIRECCIÓN: NW</b>	<b>ALTITUD: 184m</b>
<b>BARÓMETRO:</b>	<b>FECHA Y HORA: 24/05/2018 11h49</b>

**OBSERVACIONES.**

La finca ofrece servicio de hospedaje, cuenta con 4 cabañas típicas hechas a base de madera y caña, las cabañas tienen fogón de leña y baño seco con el fin de aplicar procesos de permacultura por ser una finca orgánica.

La finca produce naranja, cacao, Jamaica, café, piña, papaya, entre otros. Cerca de esta finca se encuentra una cascada a la que no se puede acceder por falta del sendero. Desde las cabañas se observa la represa Poza Honda.


Cabe destacar que las cabañas están recién construidas, es un proyecto totalmente nuevo.

<b>PERSONAS</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>MAIL Y TELÉFONO</b>
Carlos Zamora	Administrador	0967241784
James Pommerening	Dueño	0987999199
Holger Sánchez	Administrador	0959236580

## Fotografías





Potencialidad: Centro Turístico La Finca y cascada El Desgraciado		
Sitio: El Tamarindo		(12)
<b>CANTÓN:</b> Santa Ana	<b>PARROQUIA:</b> Honorato Vásquez	
<b>X:</b> 085854421	<b>Y:</b> 9876836	
<b>DIRECCIÓN:</b> SW	<b>ALTITUD:</b> 83 m	
<b>BARÓMETRO:</b>	<b>FECHA Y HORA:</b> 27/03/2018 09h46	
<b>OBSERVACIONES.</b>		
<p>Centro turístico perteneciente a don Dumar García.</p> <p>Ofrece servicios de alojamiento en cabañas familiares y habitaciones personales y área de camping, restaurante, piscinas, balneario en el río, hamacas, juegos para niños, canchas.</p> <p>Dentro de la finca se encuentran zonas de árboles frutales y el acceso hacia la cascada El Desgraciado, cuyo nombre encierra el misterio de varias leyendas que se contaban antiguamente en este sitio. Luego de una caminata de aproximadamente 50 minutos se llega a este salto de agua de aproximadamente 20 metros. Se observa vegetación propia de la zona y animales como el cucucho, guanta y monos aulladores.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Dumar García	Dueño del Centro Turístico La Finca	0989827763
Anthony Navarrete	Administrador	0983892759
Fotografías		
		
		

**Anexo 3.**

Fichas de georreferencia de la parroquia Ayacucho.

<b>Potencialidad: Balneario La Laguna</b>		
<b>Sitio: La Laguna</b>		<b>(1)</b>
<b>CANTÓN:</b> Santa Ana	<b>PARROQUIA:</b> Ayacucho	
<b>X:</b> 0579823	<b>Y:</b> 9871687	
<b>DIRECCIÓN:</b> NE	<b>ALTITUD:</b> 69m	
<b>BARÓMETRO:</b>	<b>FECHA Y HORA:</b> 12/04/2018 09:26	
<b>OBSERVACIONES.</b>		
<p>El balneario se encuentra ubicado al pie del Río Grande en donde también desemboca un pequeño estero.</p> <p>El paisaje está rodeado de vegetación predominante del cantón como lo son la hierba, plátano, caña. El balneario cuenta con una cabaña y con un horno de leña en el que se preparan los alimentos para los visitantes.</p> <p>Es accesible, posee una pequeña escalinata de cemento para poder entrar al río.</p> <p>No existe ningún tipo de señalética turística ni condiciones de seguridad.</p>		
<b>PERSONAS</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>MAIL Y TELÉFONO</b>
Fotografías		
		
		

<b>Potencialidad: Mirador de Palo Largo</b>		
<b>Sitio: Palo Largo</b>		<b>(2)</b>
<b>CANTÓN: Santa Ana</b>	<b>PARROQUIA: Ayacucho</b>	
<b>X: 0579586</b>	<b>Y: 9874226</b>	
<b>DIRECCIÓN: NE</b>	<b>ALTITUD: 317m</b>	
<b>BARÓMETRO:</b>	<b>FECHA Y HORA: 12/04/2018 11h16</b>	
<b>OBSERVACIONES.</b>		
<p>Desde el mirador se observa la parroquia Ayacucho, el paisaje esta adornado por montañas y vegetación exuberante típica del cantón y los cultivos que tienen sus pobladores.</p> <p>El acceso es mediante camino lastrado, es un camino veranero que está disponible en verano a 10 minutos aproximadamente, por lo que en invierno se debe subir caminando durante 45min aproximadamente. En el recorrido no existe ningún tipo de señalética, así como tampoco hay infraestructura para poder recibir a los visitantes.</p>		
<b>PERSONAS</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>MAIL Y TELÉFONO</b>
Fotografías		
		
		

<b>Potencialidad: Casa de los Abuelos</b>	
<b>Sitio: Río Caña</b> (3)	
<b>CANTÓN: Santa Ana</b>	<b>PARROQUIA: Ayacucho</b>
<b>X: 0583626</b>	<b>Y: 9874771</b>
<b>DIRECCIÓN: SW</b>	<b>ALTITUD: 82 m.</b>
<b>BARÓMETRO:</b>	<b>FECHA Y HORA: 18/04/2018</b> <b>09:21</b>

**OBSERVACIONES.**

La Casa de los Abuelos perteneció a la familia de Don Ramón Antonio Pico, y se calcula que fue construida aproximadamente entre 1880 y 1890. La casa fue restaurada con la ayuda del Instituto de Patrimonio, con la finalidad de conservar las costumbres y tradiciones del pueblo montubio, el hombre que vive en el campo de la costa. La casa está hecha a base de materiales típicos de Manabí como lo son la caña, la madera y el techo de cañi.

Actualmente la casa es usada para eventos y talleres; destacándose el *Festival de la Tradición Oral y la Semilla* que tiene una duración de 4 días; y se realiza a finales de agosto de cada año, que incluye actividades como música, teatro, poesía, danza, cuentacuentos, coplas y amorfinos, así como el intercambio de semillas de plantas ancestrales. Los visitantes que asisten al festival pernoctan en la casa o a su vez realizan camping, debido a todas las actividades que ofrece el festival.

<b>PERSONAS</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>MAIL Y TELÉFONO</b>
Antonio Pico	Administrador y gestor cultural	
Mónica Pico	Administradora	0991677592

## Fotografías



Potencialidad: Cascada la Cueva de los Pájaros – Río Ciego		
Sitio: Río Ciego		(4)
<b>CANTÓN:</b> Santa Ana	<b>PARROQUIA:</b> Ayacucho	
<b>X:</b> 0581724	<b>Y:</b> 9876230	
<b>DIRECCIÓN:</b> NE	<b>ALTITUD:</b> 150m	
<b>BARÓMETRO:</b>	<b>FECHA Y HORA:</b> 18/04/2018 10h56	
<b>OBSERVACIONES.</b>		
<p>La cueva de los pájaros se encuentra a aproximadamente una hora de distancia caminando, solo así se puede llegar; el camino es a través de montañas y el estero que desciende de la cascada. A 10 min antes de llegar a la cascada se encuentra una poza de aproximadamente 1.70m de profundidad, para acceder hasta la cascada se debe subir por una pequeña caída de agua de aproximadamente 2.30m, es de esta caída que se forma la poza.</p> <p>La cascada como tal se encuentra en una cueva donde el camino es por el agua que tiene aproximadamente 1m de profundidad. Además, se observan monos aulladores y se los puede escuchar aullar al sentir la presencia de las personas. Entre otras especies del sector se encuentran las aves, guantas y guatusas.</p> <p>No existe ningún tipo de señalética turística ni condiciones de seguridad.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Willington Meza	Comunero	0980228528
Esilda Meza	Comunera	0968094439
Fotografías		
  		

**Potencialidad: Saberes ancestrales**  
**Sitio: San Bartolo** (5)

**CANTÓN:** Santa Ana      **PARROQUIA:** Ayacucho  
**X:** 0577591      **Y:** 9872001  
**DIRECCIÓN:** WN      **ALTITUD:** 74m  
**BARÓMETRO:**      **FECHA Y HORA:** 16/05/2018 11h46

**OBSERVACIONES.**

En la entrada de la comunidad San Bartolo vive una pareja de artesanos ancianos, la Sra. Blanca Mera de 92 años es tejedora de sombreros de paja toquilla, mientras que el esposo el Sr. José Ventura Alcívar, realiza artesanías con madera como: horma para tejer sombreros, maceta para lavar ropa y molinillo para la cocina.

PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO

**Fotografías**



**Potencialidad: Saberes ancestrales**  
**Sitio: Agua Fría** (6)

<b>CANTÓN:</b> Santa Ana	<b>PARROQUIA:</b> Ayacucho
<b>X:</b> 0578297	<b>Y:</b> 9873983
<b>DIRECCIÓN:</b> ES	<b>ALTITUD:</b> 86m
<b>BARÓMETRO:</b>	<b>FECHA Y HORA:</b> 16/05/2018 12h21

**OBSERVACIONES.**

En la comunidad Agua Fría, se encuentran tejedoras de sombreros de paja toquilla. Existe un grupo de tejedoras que se reúnen a realizar esta ancestral labor.

PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Anatolia Delgado	Tejedora	0991505896

Fotografías







#### Anexo 4.

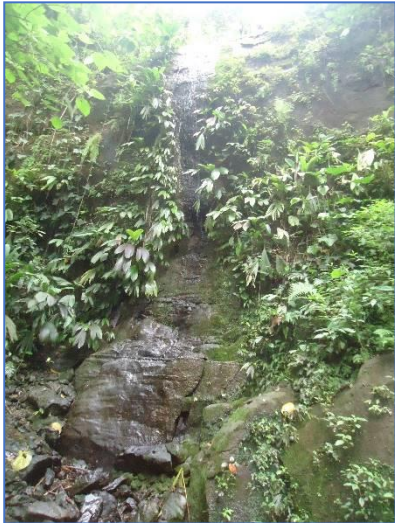


Ficha de georreferencia de la parroquia San Pablo de Pueblo Nuevo.

<b>Potencialidad: Cascada de Don Atilio Briones</b>		
<b>Sitio: Domingo</b>		<b>(1)</b>
<b>CANTÓN:</b> Santa Ana	<b>PARROQUIA:</b> San Pablo de Pueblo Nuevo	
<b>X:</b> 0606719	<b>Y:</b> 985041	
<b>DIRECCIÓN:</b> SE	<b>ALTITUD:</b> 347m	
<b>BARÓMETRO:</b>	<b>FECHA Y HORA:</b> 24/04/2018 14h02	
<b>OBSERVACIONES.</b>		
<p>El acceso a la cascada es por camino veranero a pie; cuando el camino está despejado se toma llegar 20 min. La cascada se encuentra solo disponible en invierno.</p> <p>En el camino por el estero se encuentran pancoras, así como también se observa una extensa vegetación que va desde cultivos agrícolas hasta montañas de bosque.</p> <p>Los visitantes son generalmente personas de la misma comunidad, debido a que no es conocida. Además, no existe ningún tipo de señalética turística ni condiciones de seguridad.</p>		
<b>PERSONAS</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>MAIL Y TELÉFONO</b>
Diógenes Briones	Vocal del GAD Parroquial Pueblo Nuevo	0991184026
Fotografías		
		



<b>Potencialidad: Recorrido en Estero Grande</b>		
<b>Sitio: Estero Grande</b>		<b>(2)</b>
<b>CANTÓN:</b> Santa Ana	<b>PARROQUIA:</b> San Pablo de Pueblo Nuevo	
<b>X:</b> 0599858	<b>Y:</b> 9867644	
<b>DIRECCIÓN:</b> SE	<b>ALTITUD:</b> 109m	
<b>BARÓMETRO:</b>	<b>FECHA Y HORA:</b> 25/04/2018 10h04	
<b>OBSERVACIONES.</b>		
<p>En un recorrido de aproximadamente 4 horas se puede visitar 4 saltos de agua.</p> <p>En el primero se encuentra una caída de agua de aproximadamente 11 metros, sobre una loza de piedra, se observa alrededor hierba, ya que ahí pastan animales de la zona.</p> <p>A 5 minutos se encuentra el segundo salto de aproximadamente 10 metros sobre loza de piedra.</p> <p>A 10 minutos se encuentra el tercer salto con la peculiaridad de hallarse dos cuevas de piedra, en las que se observaron huellas de animales a la entrada.</p> <p>Luego de 40 minutos de caminata se encuentra el cuarto salto de aproximadamente 4 metros sobre loza de piedra.</p> <p>El acceso a la cascada es por camino veranero a pie, dentro de la propiedad de la señora Gloria Cevallos Macías y del señor Flavio Macías. No existe ningún tipo de señalética turística ni condiciones de seguridad.</p>		
<b>PERSONAS</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>MAIL Y TELÉFONO</b>
Don Samuel	Guía	0959672176
Flavio Macías	Dueño de la propiedad	0999199722
<b>Fotografías</b>		
		
Primer salto de agua	Segundo salto de agua	Tercer salto de agua con cuevas
		
	Cuarto salto de agua	Tercer salto de agua con cuevas

<b>Potencialidad: Salto de agua La Romántica – Finca de Perfecto Fernández</b>		
<b>Sitio: Domingo (3)</b>		
<b>CANTÓN:</b> Santa Ana	<b>PARROQUIA:</b> San Pablo de Pueblo Nuevo	
<b>X:</b> 0605400	<b>Y:</b> 9874183	
<b>DIRECCIÓN:</b> NW	<b>ALTITUD:</b> 190m	
<b>BARÓMETRO:</b>	<b>FECHA Y HORA:</b> 26/04/2018 15h53	
<b>OBSERVACIONES.</b>		
<p>En una caminata de 55 minutos aproximadamente, se encuentran 3 saltos de agua.</p> <p>El primer salto es de aproximadamente 3 metros sobre loza de piedra. Se observa vegetación abundante propia de la zona.</p> <p>A 5 minutos se encuentra el segundo salto, donde se halla un techo de piedra que simula una cueva abierta.</p> <p>A 3 minutos se encuentra el tercer salto, de aproximadamente 10 metros sobre piedra de loza.</p> <p>No existe ningún tipo de señalética turística ni condiciones de seguridad.</p>		
<b>PERSONAS</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>MAIL Y TELÉFONO</b>
Fanny Fernández	Dirigente Aso. Agropecuaria Domingo Lucha y Progreso	0981507859
<b>Fotografías</b>		
		
Primer salto de agua	Segundo salto de agua	
		
Tercer salto de agua	Segundo salto de agua	


Potencialidad: Propiedad de los hermanos Segundo y Colón Sornoza		
Sitio: El Moral (4)		
<b>CANTÓN:</b> Santa Ana	<b>PARROQUIA:</b> San Pablo de Pueblo Nuevo	
<b>X:</b> 0603659	<b>Y:</b> 9872139	
<b>DIRECCIÓN:</b> WS	<b>ALTITUD:</b> 127 m	
<b>BARÓMETRO:</b>	<b>FECHA Y HORA:</b> 27/04/2018 10h15	
<b>OBSERVACIONES.</b>		
<p>En una caminata de aproximadamente 30 minutos se encuentran dos saltos de agua. El primer salto consta de aproximadamente 10 metros sobre loza de piedra. El segundo salto consta de aproximadamente 8 metros sobre loza de piedra, donde se halla un techo de piedra, simulando una cueva abierta. Se observa vegetación abundante, propia de la zona y se escucha el sonido que emiten monos aulladores. No existe ningún tipo de señalética turística ni condiciones de seguridad.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Yuli Sornoza	Guía	0960936872
Fotografías		
		
Primer salto	Segundo salto	
		
Cueva del segundo salto		

## Anexo 5.

Fichas de georreferencia de la parroquia La Unión.

<b>Sitio: Centro de la parroquia La Unión</b>		
(1)		
<b>CANTÓN:</b> Santa Ana	<b>PARROQUIA:</b> La Unión	
<b>X:</b> 0594279	<b>Y:</b> 9866349	
<b>DIRECCIÓN:</b> NE	<b>ALTITUD:</b> 66m	
<b>BARÓMETRO:</b>	<b>FECHA Y HORA:</b> 18/06/2018 11h21	
<b>OBSERVACIONES.</b>		
<p>Se encuentra un parque central, junto a la iglesia.</p> <p>En este lugar las fiestas y tradiciones tienen mucha relevancia para sus habitantes. Entre ellas destacan: Las fiestas de San Pedro y San Pablo que se llevan a cabo la segunda semana del mes de julio.</p> <p>Las fiestas del Junco que se celebran en la primera semana de octubre.</p> <p>Las fiestas de Río Plátano, que se celebran la última semana de septiembre.</p> <p>Las fiestas de San Juan, que se llevan a cabo la tercera semana de junio.</p>		
<b>PERSONAS</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>MAIL Y TELÉFONO</b>
Isabel Burgos	Restaurante casa amarilla	0993339818
Fernando Moreira	Vicepresidente GAD Parroquial La Unión	0994228943
Fotografías		
		
		

<b>Potencialidad: Piscinas Las Tinas</b>		
<b>Sitio: Casco rural La Unión</b>		<b>(2)</b>
<b>CANTÓN:</b> Santa Ana	<b>PARROQUIA:</b> La Unión	
<b>X:</b> 0594527	<b>Y:</b> 9866530	
<b>DIRECCIÓN:</b> NW	<b>ALTITUD:</b> 91 m	
<b>BARÓMETRO:</b>	<b>FECHA Y HORA:</b> 18/06/2018 11h40	
<b>OBSERVACIONES.</b>		
<p>Se encuentra ubicado en el centro de la parroquia y pertenece al señor Francisco Rivas. Ofrece servicio de alojamiento, restaurante, piscina, pista para eventos. Destaca la hermosa vista panorámica de los cerros que rodean la parroquia y su exuberante vegetación, las que pueden ser observadas desde las piscinas. No cuenta con señalética.</p>		
<b>PERSONAS</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>MAIL Y TELÉFONO</b>
Francisco Rivas	Dueño de las piscinas	0999556403
Fotografías		
		
		
		

<b>Potencialidad: Balneario Boca de La Palma</b>		
<b>Sitio: Casco rural La Unión</b>		<b>(3)</b>
<b>CANTÓN:</b> Santa Ana	<b>PARROQUIA:</b> La Unión	
<b>X:</b> 0593939	<b>Y:</b> 9866509	
<b>DIRECCIÓN:</b> NW	<b>ALTITUD:</b> 63 m	
<b>BARÓMETRO:</b>	<b>FECHA Y HORA:</b> 18/06/2018 12h13	
<b>OBSERVACIONES.</b>		
<p>Balneario de agua dulce donde convergen los ríos Plátano y Mamey, y de aquí nace el río Pucón. Se observa vegetación propia de la zona como árboles frutales y caña guadua.</p> <p>No existe ningún tipo de señalética turística ni condiciones de seguridad.</p>		
<b>PERSONAS</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>MAIL Y TELÉFONO</b>
Fotografías		
		

<b>Potencialidad: Cascada de Corralón</b>		
<b>Sitio: Corralón (4)</b>		
<b>CANTÓN:</b> Santa Ana	<b>PARROQUIA:</b> La Unión	
<b>X:</b> 0590775	<b>Y:</b> 9871184	
<b>DIRECCIÓN:</b> NE	<b>ALTITUD:</b> 108 m	
<b>BARÓMETRO:</b>	<b>FECHA Y HORA:</b> 19/06/2018 10h57	
<b>OBSERVACIONES.</b>		
<p>El sitio pertenece a la familia Cedeño. Se accede por camino veranero y actualmente no se encuentra abierta al público debido a que los visitantes no cuidaban el sitio, sin embargo, los dueños del lugar tienen la predisposición de convertirlo en un sitio turístico, pero de una forma planificada y controlada.</p> <p>Posee una caída de agua de 18 metros aproximadamente formando una poza de unos 6 metros de ancho por 1 metro de profundidad aproximadamente.</p> <p>Es importante destacar que en invierno el caudal crece, formando una poza más grande. No existe ningún tipo de señalética turística ni condiciones de seguridad.</p>		
<b>PERSONAS</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>MAIL Y TELÉFONO</b>
Ángel Quiroz	Co propietario	0986548527
Ángel Cedeño	Dueño de la propiedad	0990359157
Fotografías		
  		

## Anexo 6.


Fichas de georreferencia de la parroquia Santa Ana.

<b>Potencialidad: El Salto de la Tigra</b>		
<b>Sitio: Taina Adentro</b>		<b>(1)</b>
<b>CANTÓN:</b> Santa Ana	<b>PARROQUIA:</b> Santa Ana de Vuelta Larga	
<b>X:</b> 0581731	<b>Y:</b> 9865130	
<b>DIRECCIÓN:</b> SE	<b>ALTITUD:</b> 148m.	
<b>BARÓMETRO:</b>	<b>FECHA Y HORA:</b> 29/08/2018 09:45	
<b>OBSERVACIONES.</b>		
<p>Desde el centro de la parroquia Santa Ana de Vuelta Larga, aproximadamente a 20 minutos en vehículo se llega al sitio Taina Adentro. El acceso hacia la cascada se realiza mediante una caminata de aproximadamente 15 minutos.</p> <p>Se observa y escucha monos aulladores, gauacharacas, valdivias, gavilanes, entre otros.</p> <p>Se observa especies de boya, platanillo, palma real, cadí, entre otras</p> <p>El salto de agua tiene una altura de aproximadamente 40 metros de alto y en épocas de invierno se crea una poza de agua en su caída.</p> <p>No existe ningún tipo de señalética turística ni condiciones de seguridad.</p>		
<b>PERSONAS</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>MAIL Y TELÉFONO</b>
Ramón Quijije	Dueño de la cascada	
Paulina Quijije	Hija del dueño	0979744087
Fotografías		
		



<b>Potencialidad: Balneario Los Santanitas</b>		
<b>Sitio: Sasay</b>		
(2)		
<b>CANTÓN:</b> Santa Ana	<b>PARROQUIA:</b> Santa Ana de Vuelta Larga	
<b>X:</b> 0568760	<b>Y:</b> 9870615	
<b>DIRECCIÓN:</b> NE	<b>ALTITUD:</b> 62 m.	
<b>BARÓMETRO:</b>	<b>FECHA Y HORA:</b> 29/08/2018 11:50	
<b>OBSERVACIONES.</b>		
<p>Aproximadamente a 10 minutos de la cabecera desde el centro de la parroquia Santa Ana de Vuelta Larga se encuentra el balneario que está ubicado al pie del Río Grande. El paisaje está rodeado de vegetación predominante del cantón como la hierba y la caña. Cuenta con una cabaña y con un horno de leña, en el que se preparan los alimentos para los visitantes los fines de semana. Se observan baños hechos con material típico de la zona, y una cancha.</p> <p>No existe ningún tipo de señalética turística ni condiciones de seguridad.</p>		
<b>PERSONAS</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>MAIL Y TELÉFONO</b>
Fotografía		
		
		

<b>Potencialidad: Salto de Agua de Bonce Adentro</b>		
<b>Sitio: Bonce Adentro</b>		
<b>(3)</b>		
<b>CANTÓN:</b> Santa Ana	<b>PARROQUIA:</b> Santa Ana de Vuelta Larga	
<b>X:</b> 0569941	<b>Y:</b> 9857002	
<b>DIRECCIÓN:</b> NE	<b>ALTITUD:</b> 56 m.	
<b>BARÓMETRO:</b>	<b>FECHA Y HORA:</b> 05/09/2018 11:03	
<b>OBSERVACIONES.</b>		
<p>Desde el centro de la parroquia Santa Ana de Vuelta Larga, aproximadamente a 15 minutos en vehículo se llega al sitio Bonce Adentro. El acceso hacia la cascada se realiza mediante una caminata de aproximadamente 45 minutos.</p> <p>Se observa flora y fauna predominante de la zona, además de grandes piedras.</p> <p>El salto de agua tiene una altura de aproximadamente 17 metros de alto y en épocas de invierno se crea una poza de agua en su caída.</p> <p>No existe ningún tipo de señalética turística ni condiciones de seguridad.</p>		
<b>PERSONAS</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>MAIL Y TELÉFONO</b>
Fotografías		
		

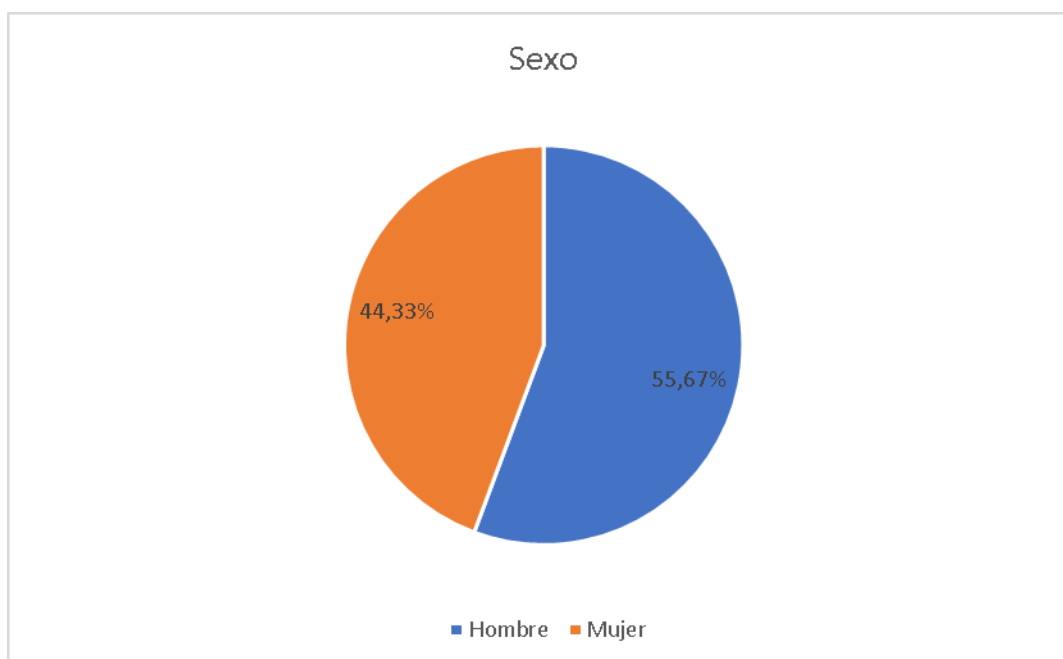
<b>Potencialidad: Trapiches</b>		
<b>Sitio: Bonce Afuera</b>		
<b>(4)</b>		
<b>CANTÓN:</b> Santa Ana	<b>PARROQUIA:</b> Santa Ana de Vuelta Larga	
<b>X:</b> 0568523	<b>Y:</b> 9864619	
<b>DIRECCIÓN:</b> NE	<b>ALTITUD:</b> 78 m.	
<b>BARÓMETRO:</b>	<b>FECHA Y HORA:</b> 05/09/2018	
<b>OBSERVACIONES.</b>		
En esta zona se encuentran haciendas que poseen trapiches para moler la caña de azúcar y crear jugo de caña y licor artesanal.		
<b>PERSONAS</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>MAIL Y TELÉFONO</b>
Uwelindo Macías	Propietario	0997222238
Duber Macías	Hijo del propietario	
Fotografías		
		

**Anexo 7.**

## Tabulación encuestas visitantes

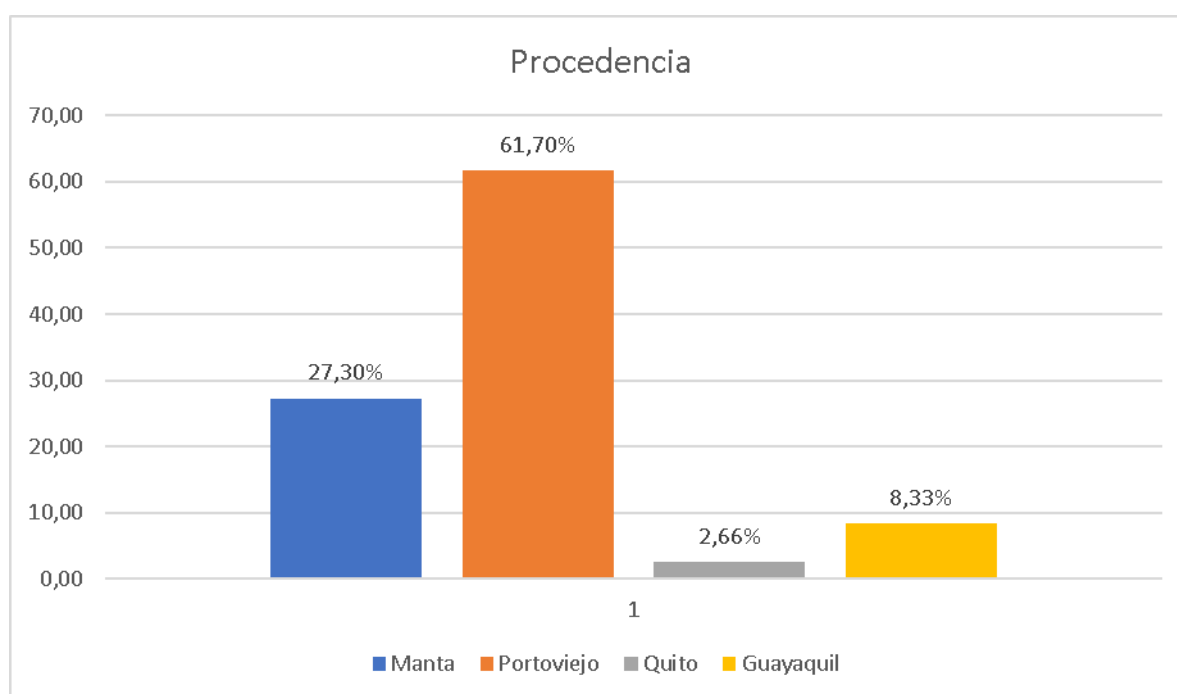
## Sexo

Sexo	%	Total
Hombre	55,67	314
Mujer	44,33	250
Total	100	564



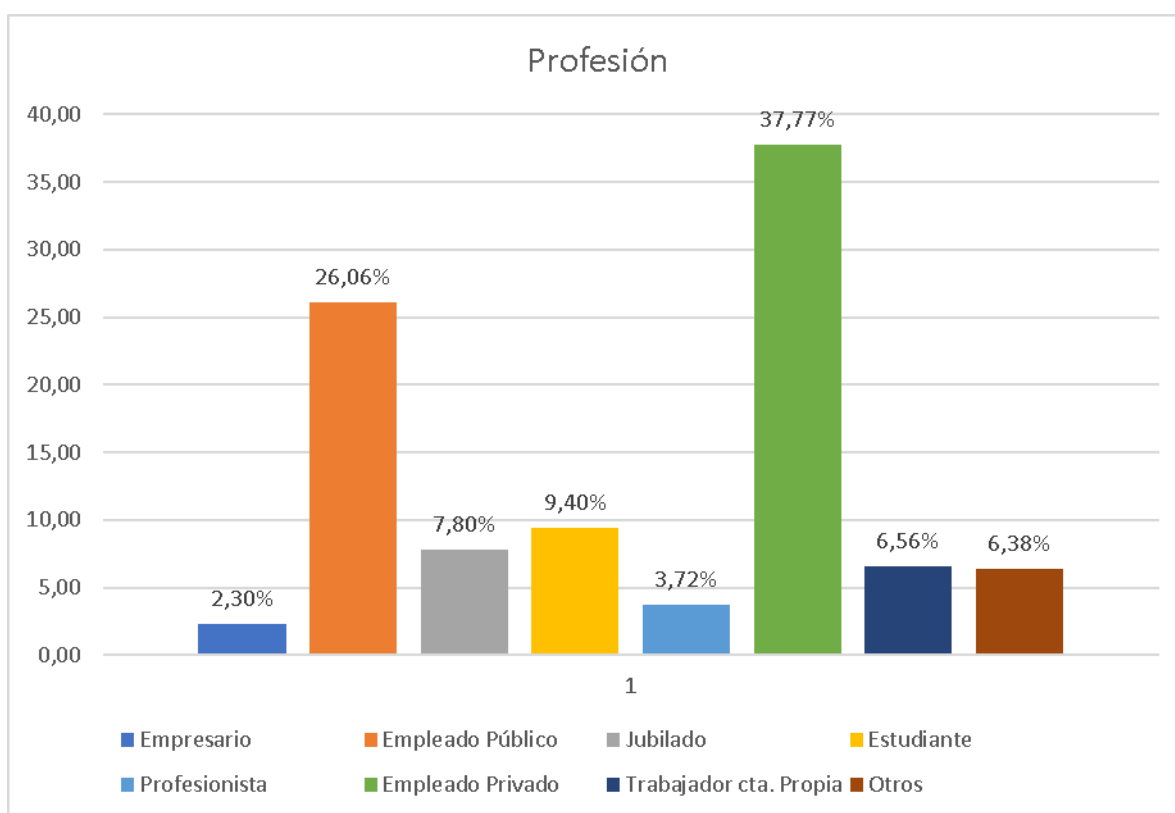
## Procedencia

Procedencia	%	Total
Manta	27,30	154
Portoviejo	61,70	348
Quito	2,66	15
Guayaquil	8,33	47
Total	100	564



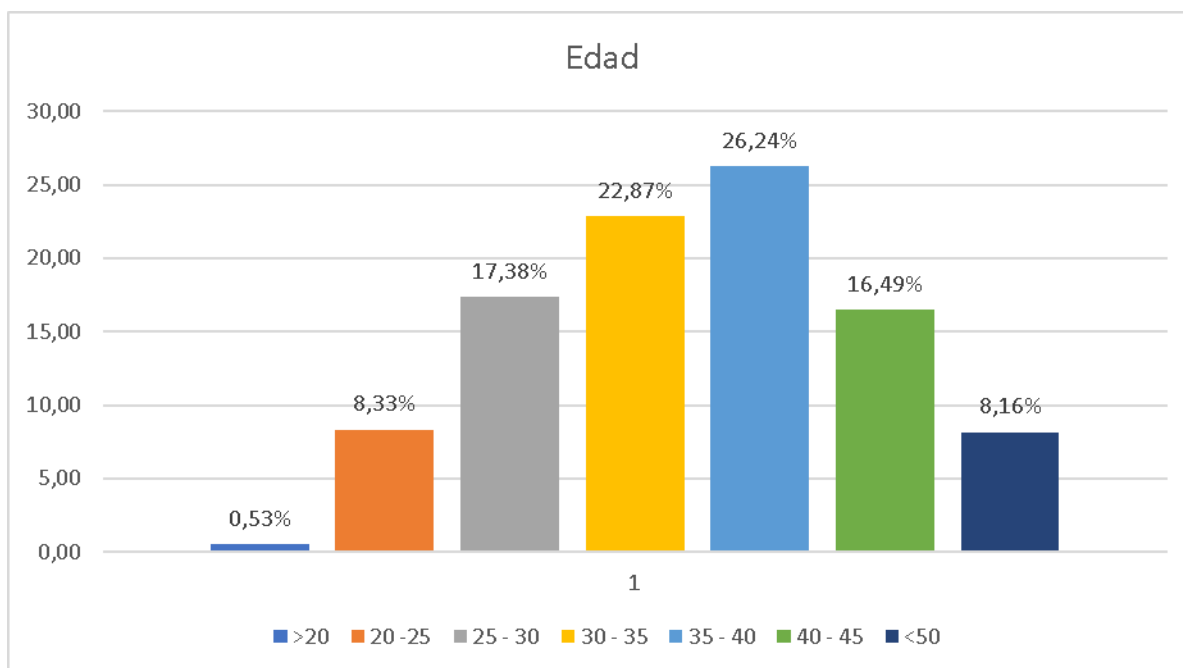
## Profesión

Profesión	%	Total
Empresario	2,30	13
Empleado Público	26,06	147
Jubilado	7,80	44
Estudiante	9,40	53
Profesionista	3,72	21
Empleado Privado	37,77	213
Trabajador cta. Propia	6,56	37
Otros	6,38	36
Total	100	564



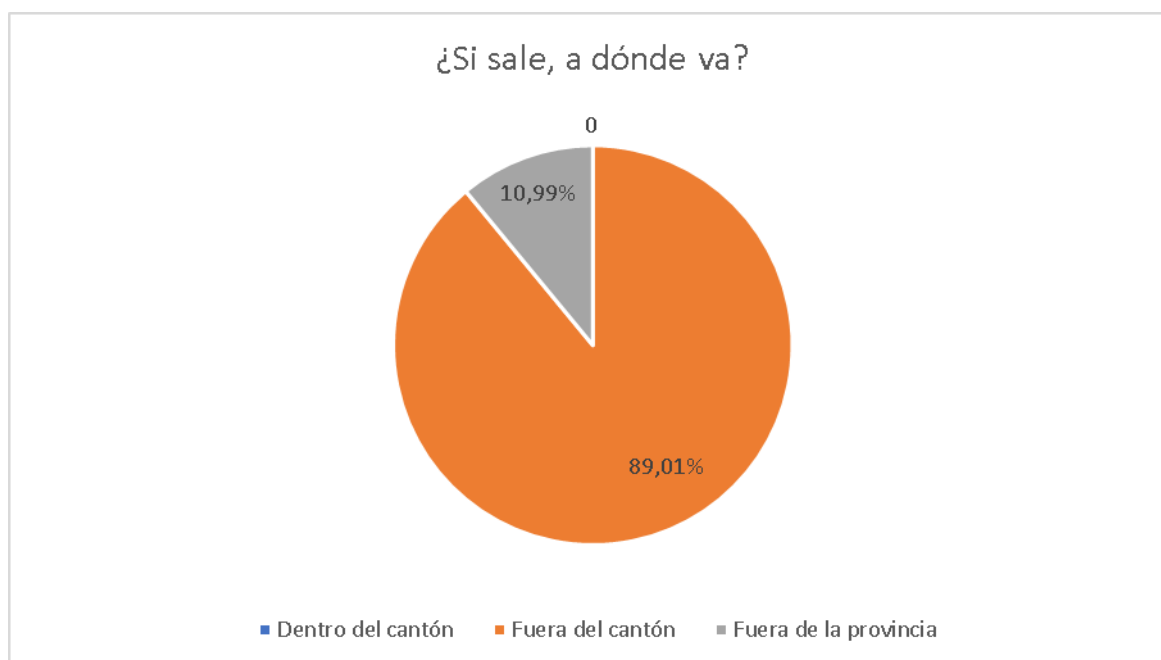
## Edad

Edad	%	Total
>20	0,53	3
20 -25	8,33	47
25 - 30	17,38	98
30 - 35	22,87	129
35 - 40	26,24	148
40 - 45	16,49	93
45 - 50	0,00000	0
<50	8,16	46
Total	100	564



¿Si sale, a dónde va?

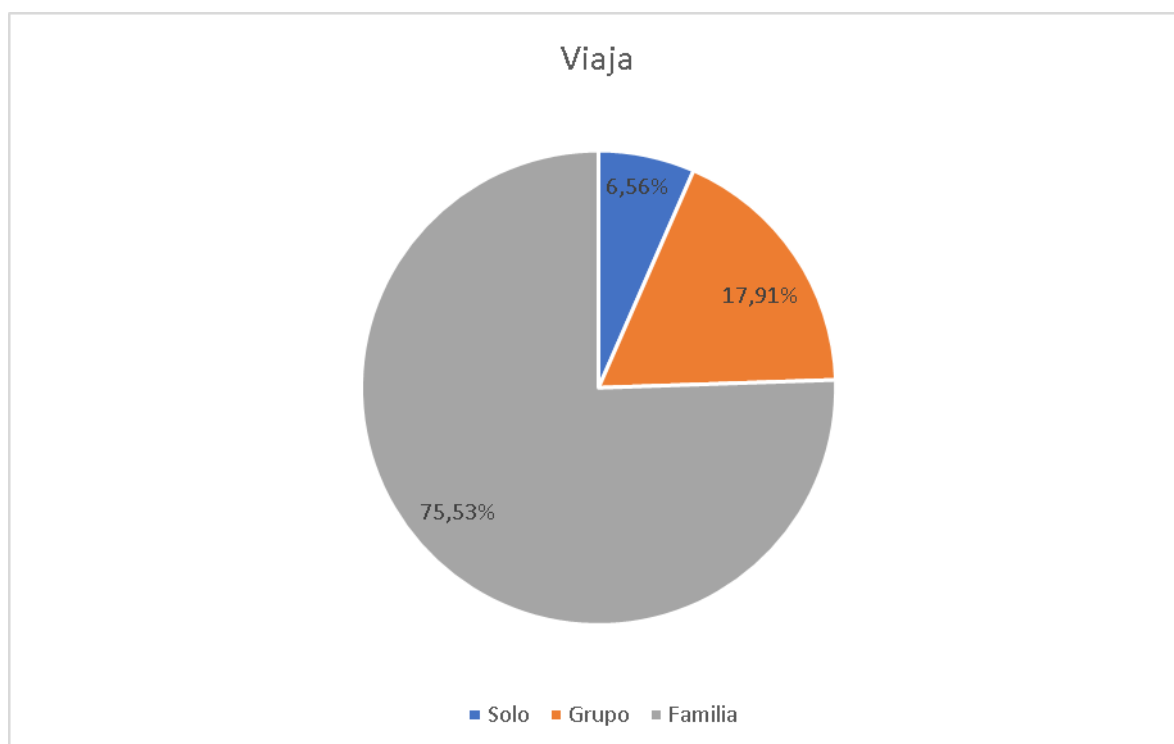
¿Si sale, a donde va?	%	Total
Dentro del cantón	0	0
Fuera del cantón	89,01	502
Fuera de la provincia	10,99	62
Total	100	564





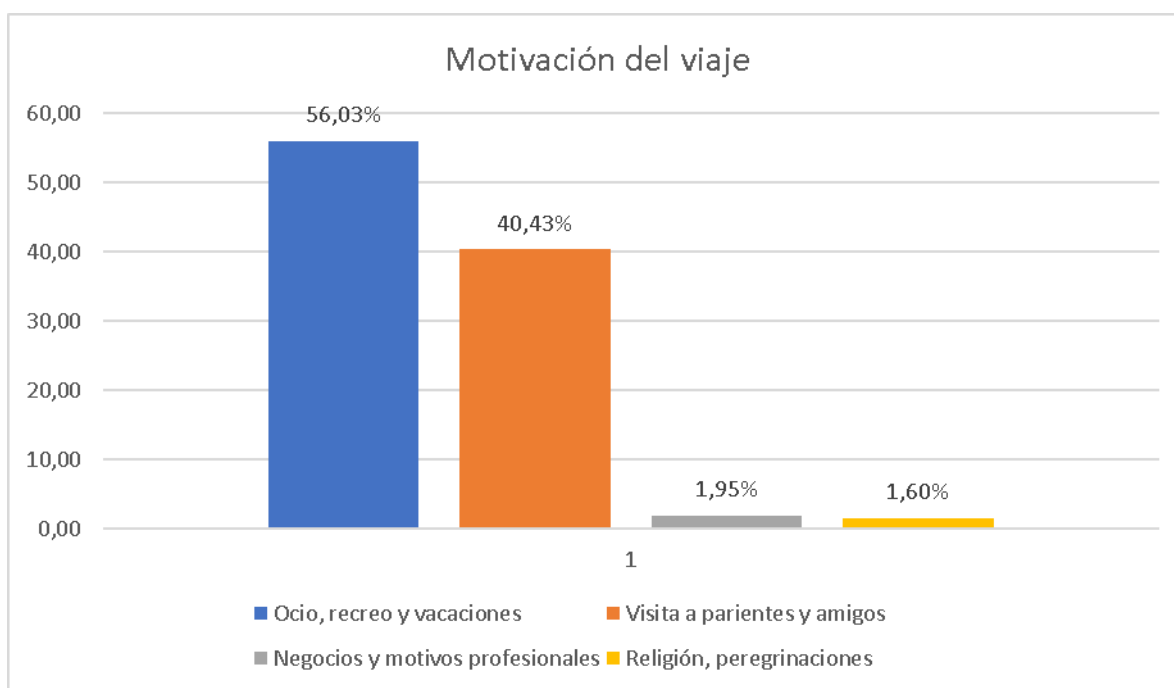
## Viaja

Viaja	%	Total
Solo	6,56	37
Grupo	17,91	101
Familia	75,53	426
Total	100	564



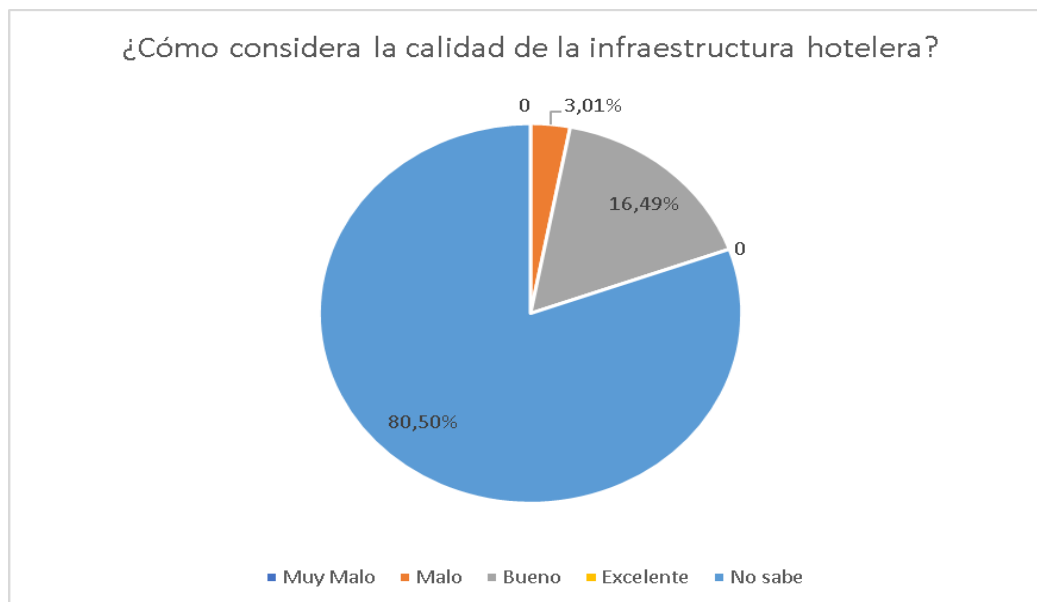
## Motivación del Viaje

Motivación del viaje	%	Total
Ocio, recreo y vacaciones	56,03	316
Visita a parientes y amigos	40,43	228
Negocios y motivos profesionales	1,95	11
Tratamientos de salud	0,00	0
Religión, peregrinaciones	1,60	9
Otros	0,00	0
Total	100	564

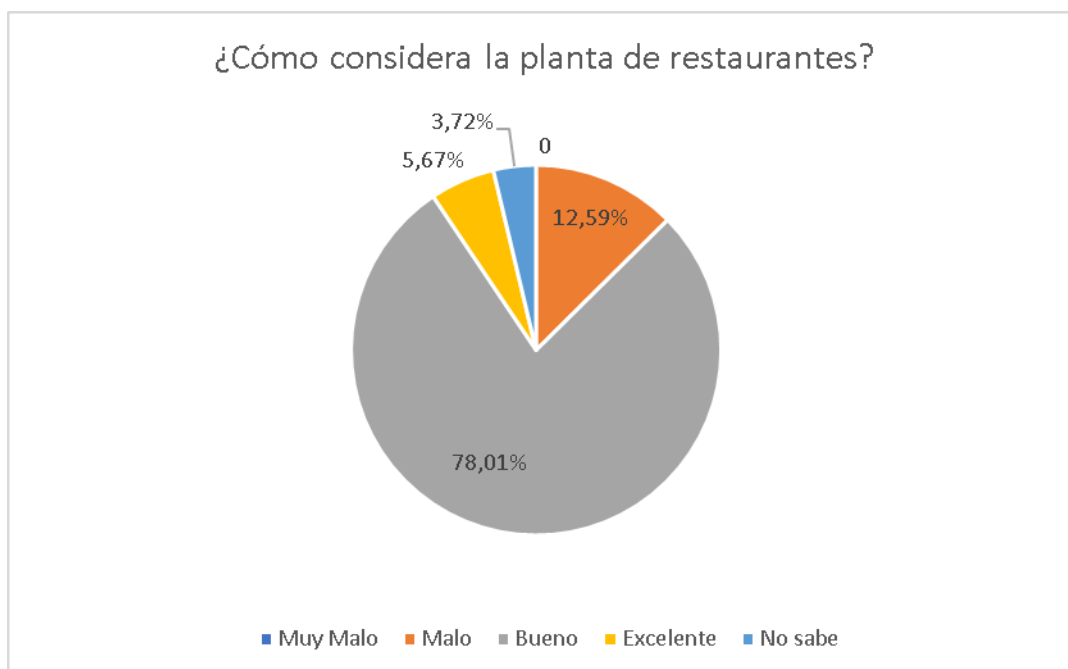


## Índices de satisfacción

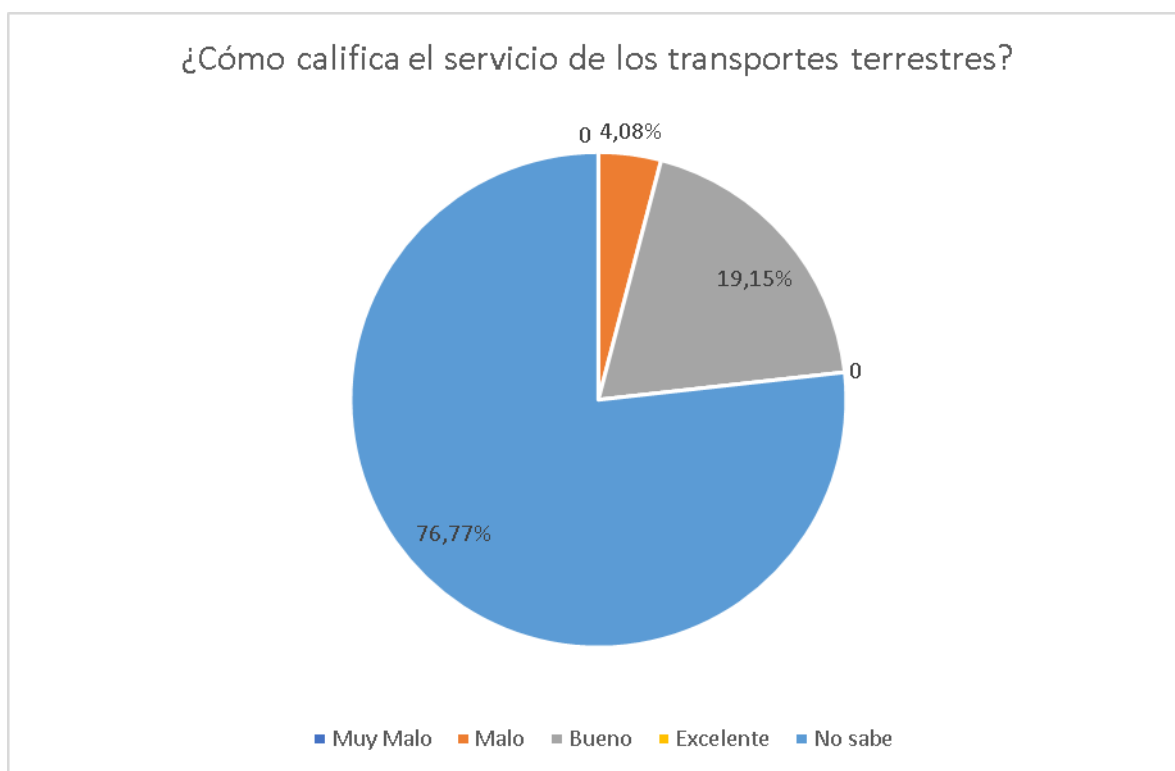
¿Cómo considera la calidad de la infraestructura hotelera?



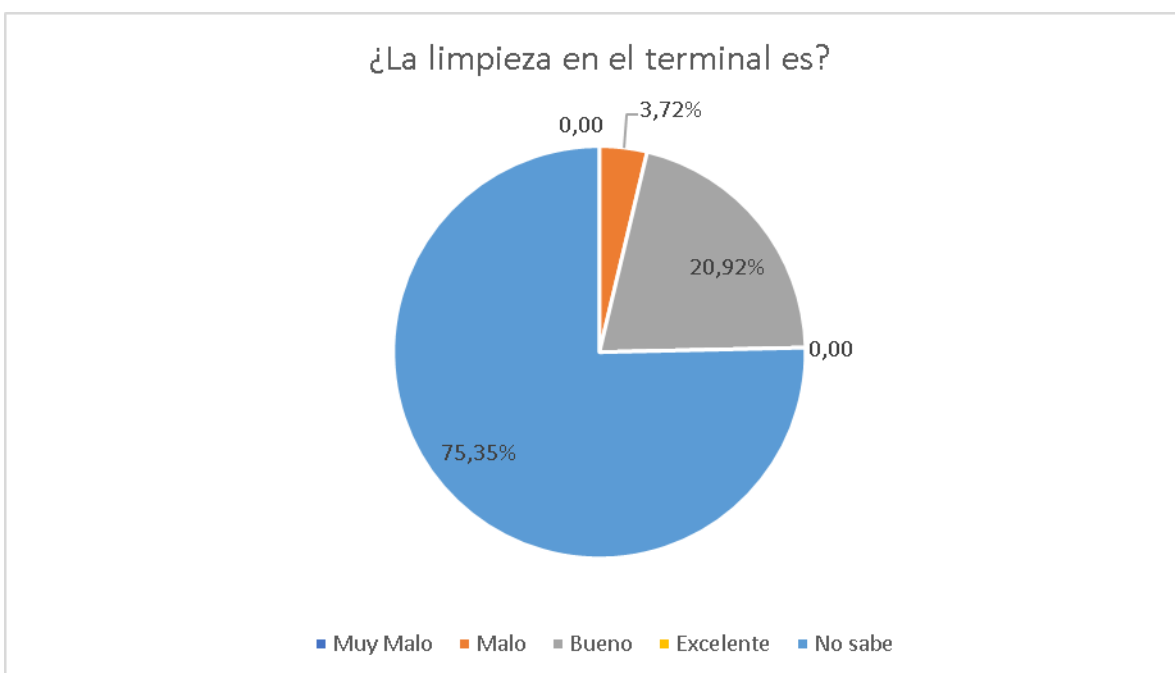
¿Cómo considera la planta de restaurantes?



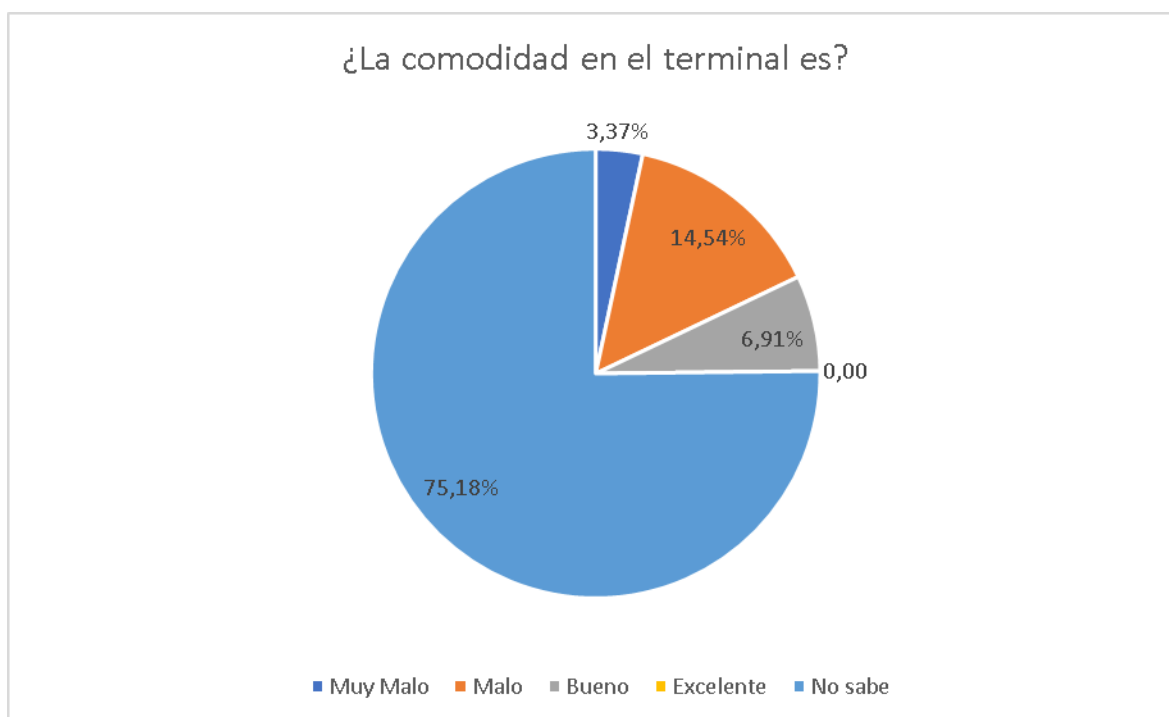
¿Cómo califica el servicio de los transportes terrestres?



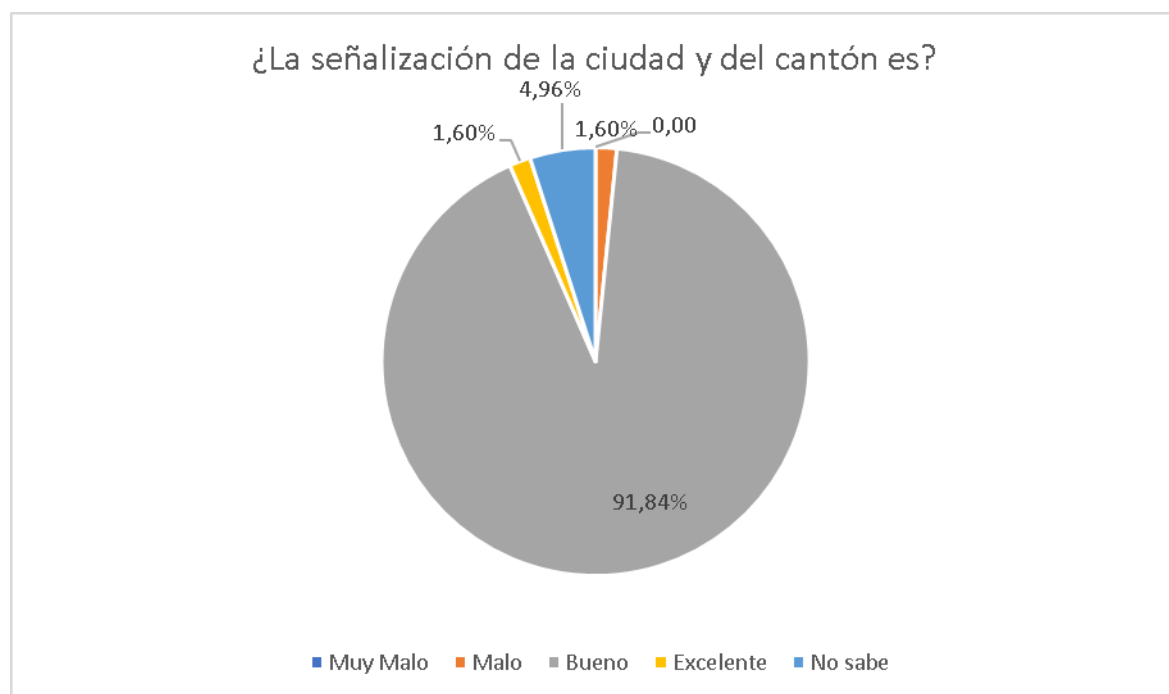
¿La limpieza en el terminal es?



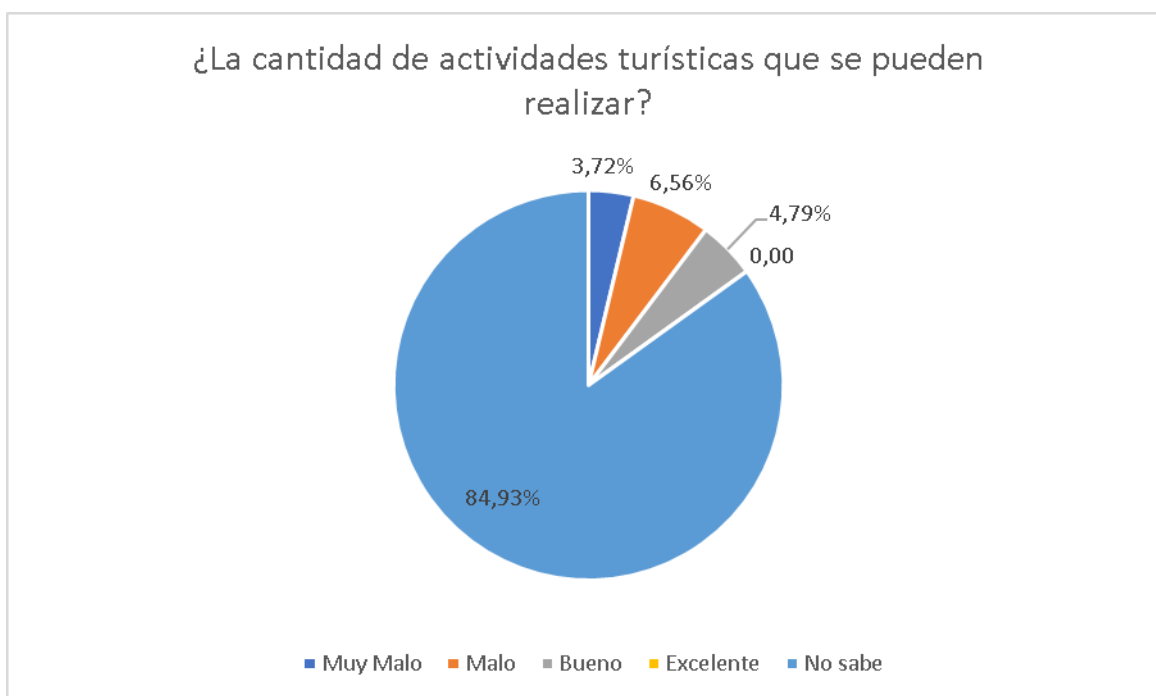
¿La comodidad en el terminal es?



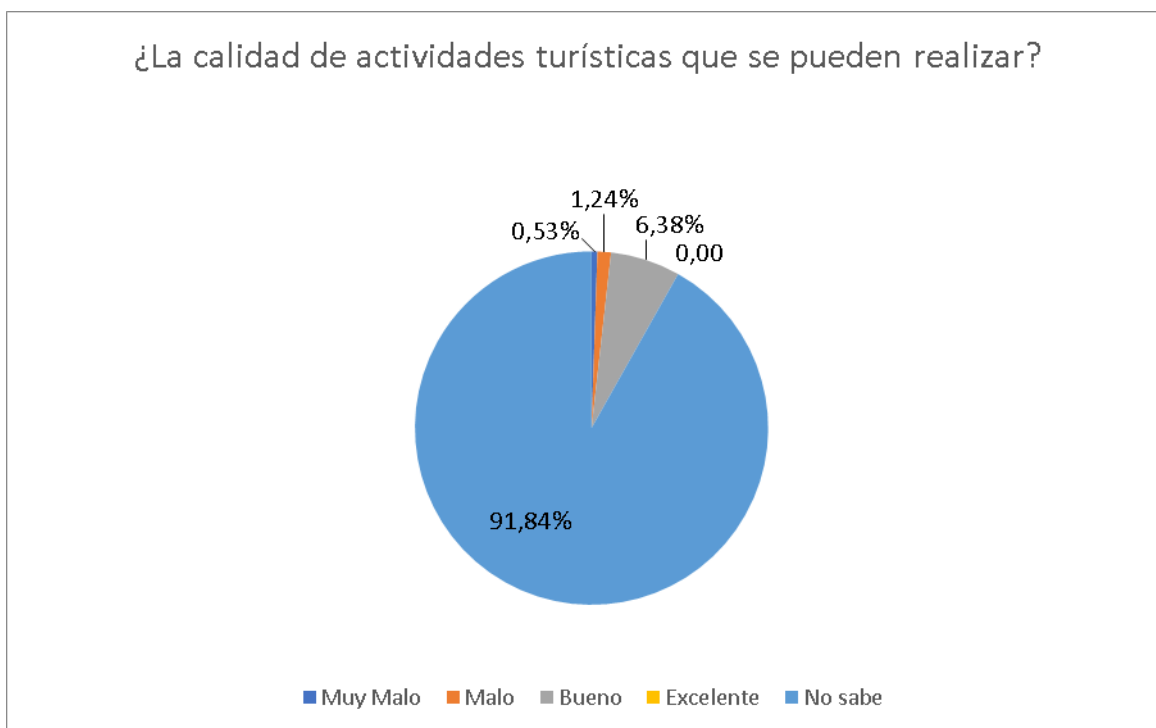
¿La señalización de la ciudad y del cantón es?



¿La cantidad de actividades turísticas que se pueden realizar?



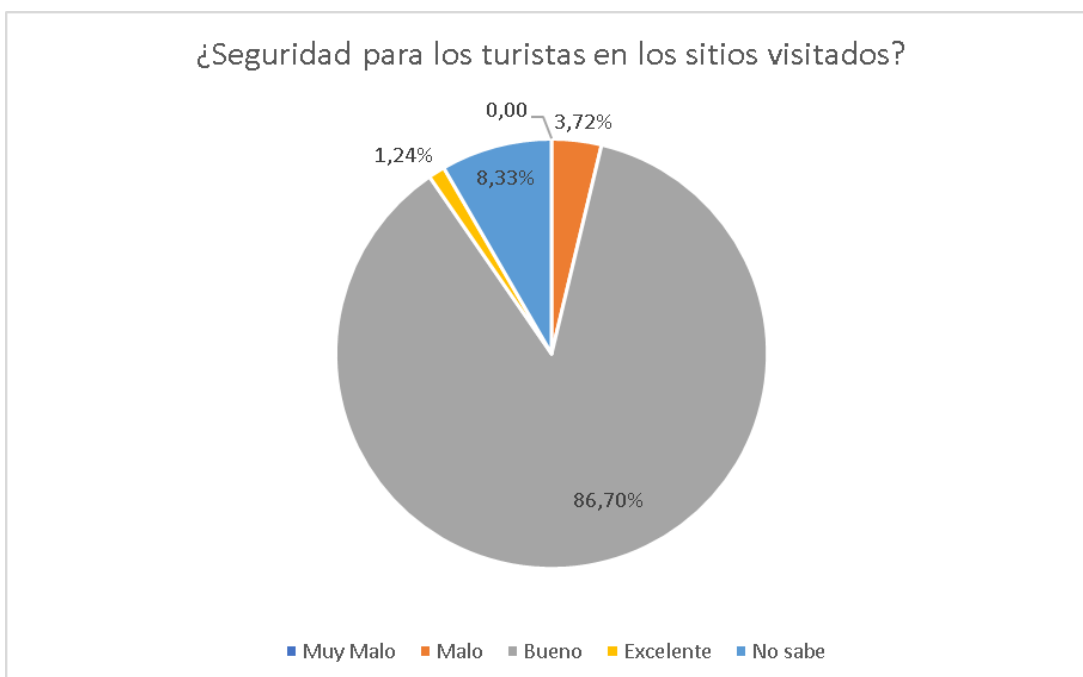
¿La calidad de actividades turísticas que se pueden realizar?



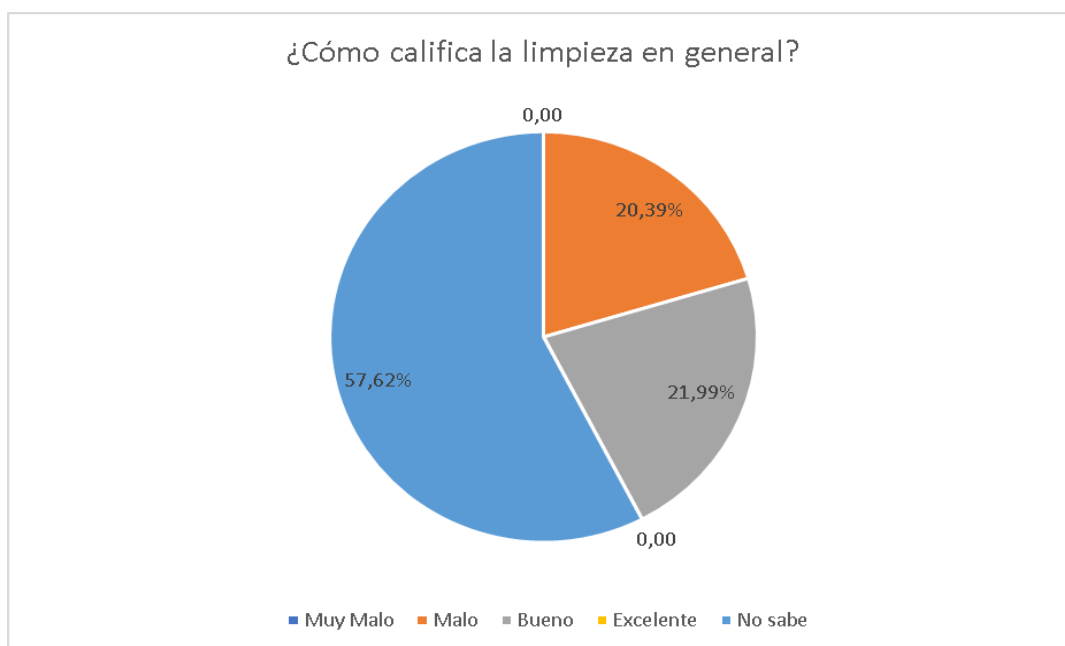
¿Información para visitar lugares y realizar actividades?



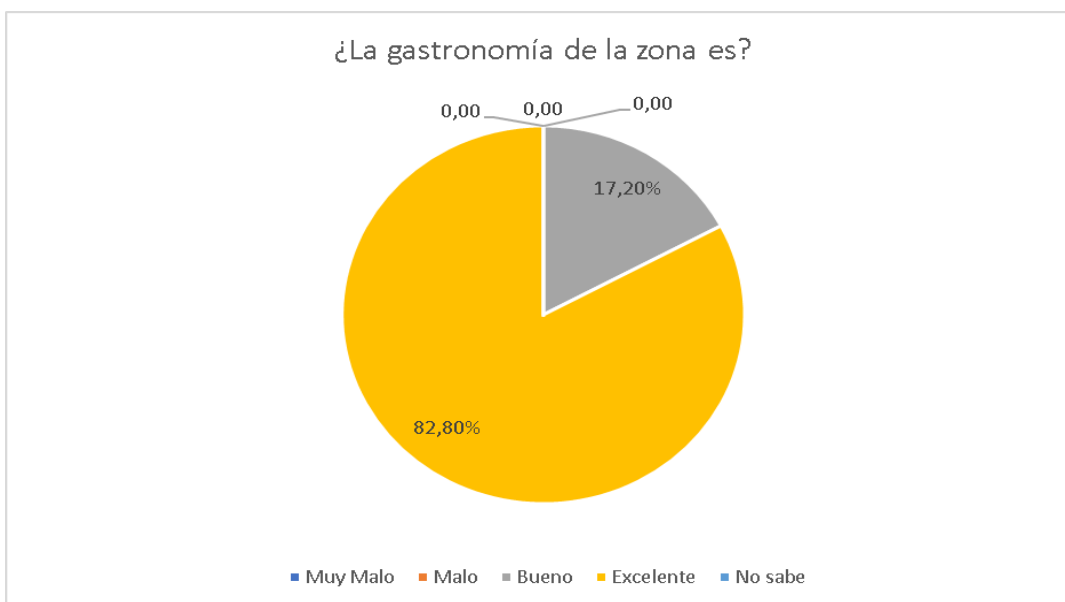
¿Seguridad para los turistas en los sitios visitados?



¿Cómo califica la limpieza en general?

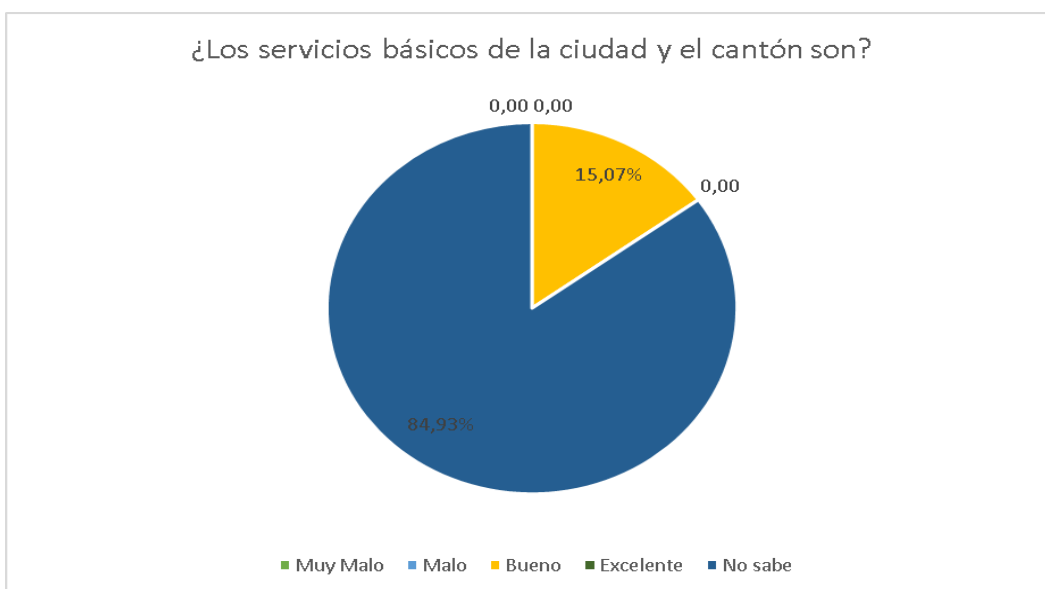


¿La gastronomía de la zona es?

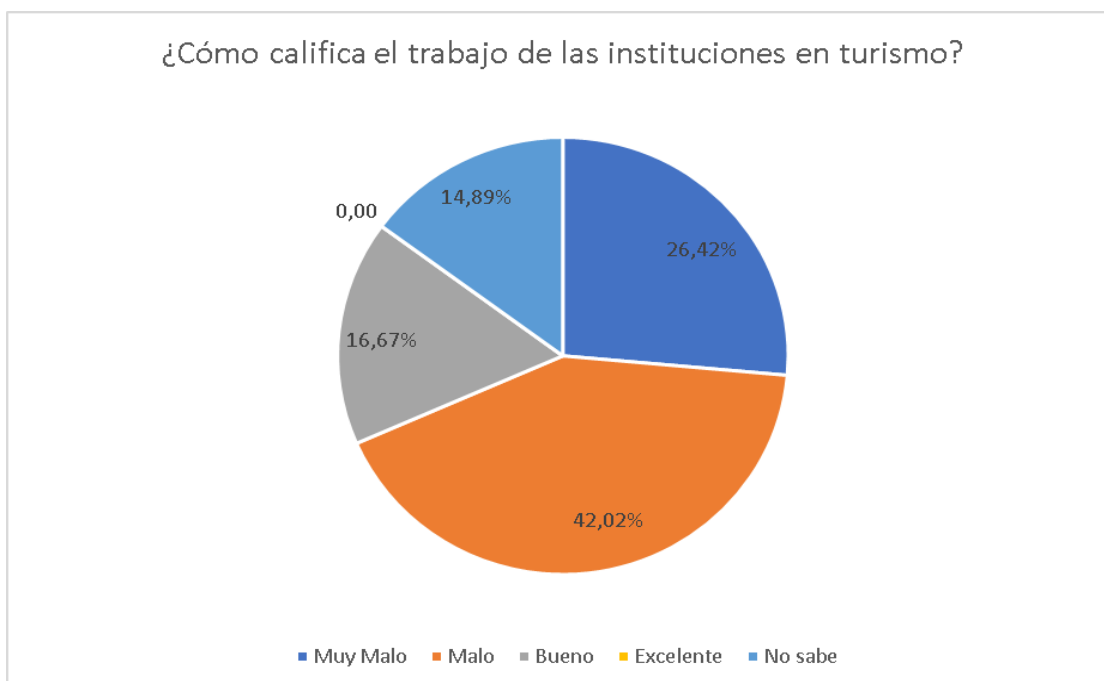




¿Los servicios básicos de la ciudad y el cantón son?



¿Cómo califica el trabajo de las instituciones en turismo?



**Anexo 8.**

Modelo de encuestas.

<b>PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO DE SANTA ANA</b>						
<b>UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO</b>			<b>JEFATURA SUBPROCESO TURISMO GAD SANTA ANA</b>			
<b>1. DATOS GENERALES</b>						
Ciudad .....	Hombre..... Mujer.....	Nacionalidad .....	Residente	Si..... No.....		
Profesión: Empresario.....Empleado Público.....Jubilado.....Estudiante.....Profesionista..... Empleado privado.....Trabajador Cta. propia.....Otros.....						
Edad. -20.....; 20-25.....; 25-30.....;30-35.....35-40.....; 40-45.....; 45-50.....; +50.....						
¿Qué hace los fines de semana y feriados? Sale de la ciudad..... No sale.....		¿Si sale, a donde va? Dentro del cantón..... Fuera del cantón..... Fuera de la provincia.....		Viaja. Solo..... Grupo..... Familia.....		
<b>2. MOTIVACIÓN DEL VIAJE</b>						
a) Ocio, recreo y vacaciones..... d) Tratamientos de salud..... b) Visita a parientes y amigos..... e) Religión, peregrinaciones c) Negocios y motivos profesionales..... f) Otros.....						
<b>3. ÍNDICES DE SATISFACCIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA</b>						
1. Excelente; 2. Bueno; 3. Malo; 4. Muy Malo						
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Calific.</b>
1)	¿Cómo considera la calidad de la infraestructura hotelera?					
2)	¿Como considera la planta de restaurantes?					
3)	¿Cómo califica el servicio de los transportes terrestres?					

4)	¿La limpieza en el terminal es?					
5)	¿La comodidad en el terminal es?					
6)	¿La señalización de la ciudad y del cantón es?					
7)	¿La cantidad de actividades turísticas que se pueden realizar?					
8)	¿La calidad de actividades turísticas que se pueden realizar?					
9)	¿Información para visitar lugares y realizar actividades?					
10)	¿Seguridad para los turistas en los sitios visitados?					
11)	¿Cómo califica la limpieza en general?					
12)	¿La Gastronomía de la zona es?					
13)	¿Los servicios básicos de la ciudad y el cantón son?					
14)	¿Cómo califica el trabajo de las instituciones en turismo?					
<b>4. Indique las tres cosas que más le gustan de la ciudad-cantón</b> ..... ..... ..... .....		<b>5. Indique las tres cosas que más le molestan de la ciudad-cantón</b> ..... ..... ..... .....				
<b>6. ¿Qué considera que se debe hacer para desarrollar el turismo?</b> ..... ..... ..... .....						
7. ENCUESTADOR.....  8. FECHA..... FIRMA.....  9. LUGAR.....						

**Anexo 9.**

Lista de colaboradores.

<p>Sr. Líder Gómez Presidente Junta Parroquial Honorato Vásquez.</p> <p>Sr. Samuel Espinoza Presidente Junta Parroquial Ayacucho.</p> <p>Sr. Javier Romero Presidente Junta Parroquial San Pablo de Pueblo Nuevo.</p> <p>Sr. Jesús Morán. Presidente Junta Parroquial La Unión.</p> <p>Ing. Diógenes Briones Vocal Junta Parroquial San Pablo de Pueblo Nuevo.</p> <p>Med. Vet. Jhon Sala Vocal Junta Parroquial San Pablo de Pueblo Nuevo.</p> <p>Sra. Margarita Mera Vocal Junta Parroquial San Pablo de Pueblo Nuevo.</p> <p>Sr. Robin Mendoza Presidente Asociación de Artesanos.</p> <p>Sr. Fernando Moreira Vice – Presidente Junta Parroquial La Unión.</p> <p>Sr. Jonathan Mendoza Teniente Político de la parroquia La Unión.</p>	<p>Ing. Fernando Cedeño Alcalde GAD Cantón Santa Ana.</p> <p>Lcdo. Luis Prado Director de Gestión de Desarrollo Humano</p> <p>Ing. Edison Macías Director de Transporte y Obras Públicas</p> <p>Ing. Ramón Zambrano Bravo Director Técnico de Planificación</p> <p>Ing. Mario Zambrano Jefe de Departamento de Turismo.</p> <p>Antonio Pico Departamento de Cultura.</p>	<p>Oscar Aguirre Coordinador de la Maestría.</p> <p>Elizabeth Berrú Analista Técnico USGP.</p> <p>Abel Loor Presidente de la Cooperativa de Transporte Fluvial Poza Honda.</p> <p>Valentín Loor Centro Turístico San Valentín.</p> <p>Gerardo Salvatierra Restaurante Divino Niño.</p> <p>Anthony Navarrete La Finca.</p> <p>Sr. Miguel Canoero Poza Honda.</p> <p>Sra. Fanny Fernández Comunidad Domingo.</p> <p>Sr. Samuel Comunidad Estero Grande.</p> <p>Diana Sala Apoyo técnico GAD Santa Ana.</p>
--	--	--