



CARRERA DE TURISMO

TEMA:

RUTA TURÍSTICA DE AVENTURA Y NATURALEZA: “QUEBRADA OSCURA, MAMA TEPAL Y CUEVA DEL INCA”, PARROQUIA SANTA ANA, CANTÓN CUENCA, PROVINCIA DEL AZUAY, ECUADOR.

AUTOR:

Michael Fabricio Tenelema Delgado

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
TECNÓLOGO EN TURISMO

TUTOR:

Ing. Jessica Macas Romero

CUENCA- ECUADOR 2025

DERECHOS DE AUTOR

Los derechos de esta obra son irrenunciables y corresponden a su **AUTOR**, incluido sus derechos patrimoniales. El **Instituto Tecnológico Superior Particular Sudamericano** tiene licencia gratuita e intransferible sobre esta obra para uso no comercial, de necesitar uso comercial requiere autorización de su titular.

SUDAMERICANO



CARRERA DE TURISMO
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR
Aprobación del Trabajo de Titulación

Doy fe que el trabajo desarrollado por el/la/los estudiantes: **MICHAEL FABRICIO TENELEMA DELGADO**, con el título “**RUTA TURÍSTICA DE AVENTURA Y NATURALEZA: “QUEBRADA OSCURA, MAMA TEPAL Y CUEVA DEL INCA”, PARROQUIA SANTA ANA, CANTÓN CUENCA, PROVINCIA DEL AZUAY, ECUADOR.**”, cumple con los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

Atentamente,



ING. JESSICA DEL CISNE ROMERO MACAS.

C.I: 1104724404

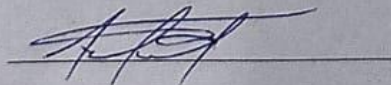


DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO

Yo, TENELEMA DELGADO MICHAEL FABRICIO, estudiante del **Instituto Tecnológico Superior Particular Sudamericano** de la ciudad de Cuenca - Ecuador, que cursó la Tecnología en **Turismo**, declaro en forma libre y voluntaria que la presente investigación que versa sobre **“RUTA TURÍSTICA DE AVENTURA Y NATURALEZA: “QUEBRADA OSCURA, MAMA TEPAL Y CUEVA DEL INCA”, PARROQUIA SANTA ANA, CANTÓN CUENCA, PROVINCIA DEL AZUAY, ECUADOR”** así como las expresiones vertidas en la misma, son autoría de la compareciente, quien ha realizado en base a recopilación bibliográfica, consultas de internet y consultas de campo.

En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad de la misma y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto.

Atentamente,



TENELEMA DELGADO MICHAEL FABRICIO

Cédula: 0606238012



DEDICATORIA

Dedico este trabajo de tesis a mi familia, por su constante apoyo y amor incondicional;

a mis amigos, por su compañerismo y aliento durante este viaje; y a mis profesores,

por su guía y sabiduría que han iluminado mi camino académico.

AGRADECIMIENTOS

A todas las personas que han sido parte fundamental en el desarrollo de este proyecto.

Quiero destacar especialmente a mi tutora de tesis, Ing. Jessica Macas Romero y al

director de carrera Mgs. Xavier Eduardo Balarezo, gracias a su orientación y su

confianza en mi capacidad ha sido de gran ayuda para la culminación exitosa de este

trabajo.

CONTENIDO

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	11
RESUMEN	11
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN.....	3
Objetivos de la investigación.....	4
Preguntas de investigación	4
Problemática	5
Justificación	5
CAPÍTULO I: MARCO REFERENCIAL	12
1.1 Marco Teórico	7
1.1.1 Turismo de Aventura y Naturaleza.....	7
1.1.2 Turismo Comunitario	10
1.1.3 El Turismo en Ecuador	11
1.1.4 Metodología MINTUR para la Evaluación de Atractivos Turísticos.....	12
1.1.4.1 Procedimiento.....	13
1.1.5 Importancia del Desarrollo de Rutas Turísticas	16
1.1.6 Estrategias de Promoción Turística	18
1.2 Marco Contextual	19
1.2.1 Santa Ana.....	19
1.2.2 DELIMITACIÓN PARROQUIAL	21
1.2.3 Turismo Santa Ana	23
CAPÍTULO II: REALIZAR EL LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DE LAS FICHAS TÉCNICAS DE LOS ATRACTIVOS, APLICANDO LA METODOLOGÍA DEL MINTUR PARA DETERMINAR EL ESTADO ACTUAL DE LA RUTA PROPUESTA EN LA PARROQUIA SANTA ANA.	32
2.1 Introducción.....	32
2.2 Metodología del primer objetivo	32
2.2.1 Enfoque de Investigación	32

2.2.2 Técnica de recolección de datos	33
2.2.3 Fichas resumen de los atractivos turísticos.....	34
2.3 Resultados.....	37
2.3.1 Estado actual de los atractivos turísticos que conforman la ruta.	37
CAPÍTULO III: DESARROLLAR LA RUTA DE AVENTURA Y NATURALEZA INTEGRANDO LOS ATRACTIVOS IDENTIFICADOS, PARA OFRECER A LOS TURISTAS UNA EXPERIENCIA SEGURA Y ENRIQUECEDORA RESPETANDO LOS PRINCIPIOS DE LA SOSTENIBILIDAD.	
3.1 Introducción.....	39
3.2 Metodología del segundo objetivo	39
3.2.1 Enfoque de Investigación	39
3.3 Resultados.....	40
3.3.1 Ruta.....	40
3.3.2 Itinerario	42
3.3.3 Recomendaciones	43
3.3.4 Recurso infográfico	43
CAPÍTULO IV: DISEÑAR UNA PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA MEDIANTE EL USO DE PLATAFORMAS DIGITALES COMO REDES SOCIALES PARA AUMENTAR LA VISIBILIDAD DE LA RUTA Y ATRAER TURISTAS.	
4.1 Introducción.....	45
4.2 Metodología de la investigación.....	45
4.2.1. Diagnóstico de la situación actual de la promoción turística de Santa Ana.	45
4.2.2 Análisis del público objetivo	46
4.2.3 Estrategias de promocion.....	46
4.3 Enfoque de la investigación.....	47
4.4 Técnicas e instrumentos de investigación	47
4.4.1 Muestreo probabilístico	48

4.4.2 Fórmula de muestreo	48
4.4.3 Población objetivo	49
4.5 Resultados.....	53
4.5.1 Análisis de resultados	53
4.5.2 Estrategias propuestas.....	59
4.5.3 Socialización con representantes del GAD de Santa Ana	60
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	62
CONCLUSIONES.....	63
RECOMENDACIONES	65
A nivel institucional	65
A nivel técnico.....	65
A nivel teórico	66
Bibliografías	67

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 NIVEL DE JERARQUÍA.....	14
TABLA 2 DESCRIPCION DE LA JERARQUIZACIÓN	15
TABLA 3 FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....	34
TABLA 4 FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....	35
TABLA 5 FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....	36

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1 ETAPAS DEL PROCESO DE EJECUCIÓN DEL INVENTARIO.	14
ILUSTRACIÓN 2 IGLESIA SANTA ANA	20
ILUSTRACIÓN 3 LÍMITES PARROQUIA SANTA ANA.....	22
ILUSTRACIÓN 4 QUEBRADA OSCURA	24
ILUSTRACIÓN 5 CASCADA DE TASQUI.....	25
ILUSTRACIÓN 6 CERRO DE MAMA TEPAL.....	26
ILUSTRACIÓN 7 CERRO DE MAMA TEPAL.....	27
ILUSTRACIÓN 8 MAMA SANTA ANA.....	28
ILUSTRACIÓN 9 HORNO DE LEÑA.....	29
ILUSTRACIÓN 10 TORTILLAS	30
ILUSTRACIÓN 11 LA ESCARAMUZA	31
ILUSTRACIÓN 12 ELABORACIÓN DE RUTA.....	40
ILUSTRACIÓN 13 ESTADÍSTICAS DE LA RUTA	41
ILUSTRACIÓN 14 FOLLETO MODELO	44
ILUSTRACIÓN 15 PREGUNTAS DE LA ENCUESTA.....	54
ILUSTRACIÓN 16 PREGUNTAS DE LA ENCUESTA.....	54
ILUSTRACIÓN 17 PREGUNTAS DE LA ENCUESTA.....	55
ILUSTRACIÓN 18 PREGUNTAS DE LA ENCUESTA.....	55
ILUSTRACIÓN 19 PREGUNTAS DE LA ENCUESTA.....	56
ILUSTRACIÓN 20 PREGUNTAS DE LA ENCUESTA.....	57
ILUSTRACIÓN 21 PREGUNTAS DE LA ENCUESTA.....	57
ILUSTRACIÓN 22 PREGUNTAS DE LA ENCUESTA.....	58
ILUSTRACIÓN 23 PREGUNTAS DE LA ENCUESTA.....	58
ILUSTRACIÓN 24 PREGUNTAS DE LA ENCUESTA.....	59
ILUSTRACIÓN 25 REUNIÓN DIRIGENTES GAD SANTA ANA.....	61

INDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 FICHA TURISTICA MINTUR, QUEBRADA OSCURA.....	70
ANEXO 2 FICHA TURISTICA MINTUR CERRO DE MAMA TEPAL	78
ANEXO 3 FICHA TURISTICA MINTUR CERRO DE MAMA TEPAL	86

RESUMEN

El proyecto realizado en la parroquia de Santa Ana, cantón Cuenca, provincia del Azuay, está enfocado en dinamizar la economía local y fomentar el turismo sostenible. El problema radica en la falta de promoción turística de la parroquia, el cual ha delimitado el potencial turístico no explotado en la zona. El objetivo principal es promover la economía local a través de la implementación de una ruta turística de aventura y naturaleza, mediante esto se dará la posibilidad de generar empleo y oportunidades de negocio para los residentes. La metodología aplicada en los dos primeros objetivos fue la establecida por el MINTUR, en base a sus dos manuales “Manual de Atractivos Turísticos” y “Manual de Generación de Rutas e Itinerarios” estos fueron de mayor importancia, así mismo se realizaron encuestas para conocer opiniones y necesidades de la población, lo que permite que el tercer objetivo cuente con una buena promoción turística de la ruta propuesta. Los hallazgos novedosos incluyen la conexión de tres atractivos naturales como lo son: la Quebrada Oscura, el Cerro de Mama Tepal y la Cueva del Inca, ofreciendo a los visitantes una experiencia única de ecoturismo y aventura. Los resultados demuestran el cumplimiento de los objetivos planteados, mediante la metodología planteada en cada uno de ellos se llegó a esto. En conclusión, se aspira que la implementación de esta ruta turística cuente con el potencial de transformar la región al atraer turistas y dinamizar la economía local, mientras contribuya a la valorización del patrimonio natural. Al fomentar el turismo sostenible, se busca garantizar que las generaciones futuras puedan seguir disfrutando de la parroquia de Santa Ana.

Palabras clave: ruta turística, economía local, turismo sostenible, patrimonio natural, Santa Ana, Quebrada Oscura, Cero de Mama Tepal, Cueva del Inca

ABSTRACT

The project carried out in the parish of Santa Ana, Cuenca canton, Azuay province, focuses on boosting the local economy and promoting sustainable tourism. The main issue is the lack of tourism promotion for the parish, which has limited its untapped tourism potential. The primary goal is to stimulate the local economy by implementing an adventure and nature tourism route, creating job opportunities and business prospects for residents. The methodology applied for the first two objectives was established by MINTUR, based on their "Manual of Tourist Attractions" and "Manual for the Creation of Tourist Routes and Itineraries." Additionally, surveys were conducted to understand the opinions and needs of the population, ensuring effective promotion of the proposed route. The novel findings include the connection of three natural attractions: Quebrada Oscura, Cerro de Mama Tepal, and Cueva del Inca, offering visitors a unique ecotourism and adventure experience. The results demonstrate the achievement of the objectives through the applied methodology. In conclusion, the implementation of this tourism route has the potential to transform the region by attracting tourists and boosting the local economy, while also contributing to the appreciation and preservation of the natural heritage. By promoting sustainable tourism, the aim is to ensure that future generations can continue to enjoy the parish of Santa Ana.

Keywords: tourist route, local economy, sustainable tourism, natural heritage, Santa Ana, Quebrada Oscura, Cerro de Mama Tepal, Cueva del Inca.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se centra en el desarrollo y promoción de una ruta turística en la parroquia Santa Ana, cantón Cuenca, provincia del Azuay, con el fin de dinamizar la economía local y fomentar el turismo sostenible. Este estudio se justifica por la creciente demanda de experiencias turísticas auténticas y en contacto con la naturaleza, así como por el potencial turístico no explotado de la zona. Con la incorporación de la ruta se espera que el turismo impulse la economía local al generar empleo y oportunidades de emprendimiento para los residentes.

La ruta propuesta tiene como objetivo conectar tres atractivos naturales. La Quebrada Oscura, consiste de una formación de rocas que conforman un pasillo natural alargado y angosto, en donde al final se desprende una chorrera que nace a unos 2.5 km aproximadamente del sitio, el ideal para apreciar la belleza paisajística, estableciendo un contacto directo con la naturaleza, esto crea un ambiente propicio para el disfrute del entorno natural.

Mama Tepal, un mirador natural donde se puede apreciar una vista panorámica, realizar fotografías paisajísticas y actividades como senderismo y camping. Desde este punto elevado, los visitantes pueden apreciar la majestuosidad del paisaje. A esta loma llegaron unos padres Jesuitas y colocaron la primera cruz, con el tiempo la cruz fue renovada alrededor de 5 veces. La promoción de Mama Tepal como un atractivo turístico busca fortalecer el sentido de identidad y orgullo entre los habitantes de Santa Ana.

Finalmente, la Cueva del Inca, con sus vestigios arqueológicos, despierta la curiosidad y el interés por el pasado. Esta cueva es un sitio de gran relevancia histórica, ya que alberga evidencia de antiguas civilizaciones que habitaron la zona. El recurso consiste en una montaña en donde en la base existe una cueva cuyas paredes son de color blanquecino. Este lugar es ideal para hacer senderismo, fotografía, escalar un poco la cueva, disfrutar de la belleza paisajística que ofrece la naturaleza del sitio y las aguas del río Quingeo.

En conclusión, la implementación de una ruta turística en la parroquia de Santa Ana tiene el potencial de transformar la región al atraer turistas y dinamizar la economía local. La ruta no solo ofrecerá experiencias únicas y memorables a los visitantes, sino que también contribuirá a la conservación y valorización del patrimonio natural y cultural de la zona. Al fomentar el turismo sostenible, se busca garantizar que las generaciones futuras puedan seguir disfrutando de los tesoros que Santa Ana tiene para ofrecer.

Objetivos de la investigación

Objetivo General:

Diseño de una ruta turística de aventura y naturaleza, en la parroquia Santa Ana, cantón Cuenca, provincia del Azuay.

Objetivos Específicos:

- Realizar el levantamiento de información a través de las fichas técnicas de los atractivos, aplicando la metodología del MINTUR para determinar el estado actual de la ruta propuesta en la parroquia Santa Ana.
- Desarrollar la ruta de aventura y naturaleza integrando los atractivos identificados, para ofrecer a los turistas una experiencia segura y enriquecedora respetando los principios de la sostenibilidad.
- Diseñar una propuesta de estrategias de promoción turística mediante el uso de plataformas digitales como redes sociales para aumentar la visibilidad de la ruta y atraer turistas.

Preguntas de investigación

¿Cómo aumentar el desarrollo económico en la parroquia de Santa Ana?

¿Cómo diseñar una ruta efectiva?

¿Cuál es el impacto económico y social?

Problemática

El proyecto denominado Ruta turística de Aventura y Naturaleza: “Quebrada Oscura, Mama Tepal y Cueva del Inca” Parroquia Santa Ana, Cantón Cuenca, Provincia del Azuay, Ecuador, cuenta con un propósito principal, que es la creación y consolidación de la ruta turística, en una zona con rica biodiversidad.

Actualmente, la zona enfrenta desafíos significativos, como la falta de infraestructura adecuada y la escasez de una estrategia de promoción efectiva que cautive a los visitantes. La ausencia de señalización, limita el potencial turístico de Santa Ana, afectando así a la economía local, que podría beneficiarse de un aumento en el número de turistas. El presente proyecto busca incorporar una ruta turística, con una propuesta de promoción efectiva, para asegurar una experiencia de aventura en armonía con la naturaleza.

Con la finalidad de evaluar la situación y debatir el potencial turístico de la parroquia, se llevó a cabo una visita técnica al Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Santa Ana. Durante la reunión se discutió la necesidad de resaltar los atractivos naturales y culturales de la parroquia, ya que estas no están siendo aprovechadas o promocionadas, ni mucho menos dadas a conocer al público en general adjunto fotos.

El Técnico del GAD de Santa Ana (2024), el Sr. Patricio Nieves menciona que los atractivos turísticos naturales y culturales cuentan con una gran riqueza que aún no ha sido explotada, como la Quebrada Oscura, Cerro de Mama Tepal y Cueva del Inca, estos atractivos han sido dejados de lado por un gran tiempo.

Justificación

La realización de este proyecto responde a la necesidad manifestada por el GAD parroquial y así contribuir al desarrollo sostenible de la parroquia Santa Ana, mediante la promoción de sus atractivos turísticos y la generación de alternativas económicas para la

comunidad. Este trabajo de titulación busca aportar conocimiento científico y práctico que permita diseñar e implementar una ruta turística que sea viable, atractiva y beneficiosa para todos los actores involucrados.

La parroquia Santa Ana cuenta con un rico patrimonio natural y cultural que la convierte en un destino turístico con gran potencial, aún no explotado en su totalidad, aplicando la promoción del turismo sostenible se puede contribuir a la conservación de ‘los recursos naturales y culturales de la zona, fomentando prácticas responsables entre los visitantes para la conservación del medio ambiente.

Este proyecto se alinea con las prioridades nacionales y regionales de promover el turismo sostenible como motor de desarrollo económico, diversificar la matriz productiva y conservar el patrimonio natural y cultural. Asimismo, contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en particular aquellos relacionados con la reducción de la pobreza, el crecimiento económico, la protección del medio ambiente y la promoción de comunidades sostenibles. (Naciones Unidas Ecuador, 2004)

A través de esta investigación se espera obtener información sobre los factores que influyen en la demanda y la satisfacción de los turistas, así como los impactos económicos, sociales, y ambientales de la implementación de la ruta, esta información será crucial para el desarrollo de estrategias efectivas. La finalidad que se persigue mediante este estudio es, diseñar una ruta turística que sea atractiva para los visitantes y que responda a las demandas del mercado, implementando así un modelo de gestión sostenible que garantice la conservación de los recursos naturales y culturales de la parroquia, con esto buscamos fomentar el turismo responsable que beneficie tanto a los turistas como a la comunidad local, desarrollando así un turismo respetuoso con el entorno.

La socialización de los resultados se llevará a cabo mediante diversas estrategias, por un lado, se publicará en la página web del GAD de Santa Ana para garantizar que la información sea transparente y accesible, tanto para la comunidad local como para

visitantes o turistas extranjeros. De esta manera se espera la elaboración de folletos informativos, con el fin de que locales y turistas, para promover la aplicación de las recomendaciones en el territorio. Los resultados serán aplicados en planes de manejo del destino turístico de la parroquia de Santa Ana. Con esto se espera beneficiar a los residentes locales, promoviendo el desarrollo económico y social de la comunidad

CAPÍTULO I: MARCO REFERENCIAL

1.1 Marco Teórico

El presente marco teórico busca destacar la importancia del turismo de aventura y naturaleza, el cual se ha establecido como turismo sostenible, respondiendo a las necesidades de los turistas, destacando así la importancia del desarrollo de una ruta turística. Mediante este marco, se analiza cómo las rutas se convierten en una herramienta de desarrollo sostenible para las comunidades locales.

1.1.1 Turismo de Aventura y Naturaleza

“El turismo de aventura es una forma emocionante de explorar destinos naturales y culturales, centrada en experiencias que desafían los límites físicos y emocionales de los viajeros” (Portillo, 2023).

Según Pérez Vives, N. M., & Hernández Pérez, I, (2018), por sus principios, el turismo sustenta un proceso de mejora social que satisface las necesidades y los valores de todos los grupos interesados, al mantener al mismo tiempo las opciones futuras y aprovechar de forma racional los recursos naturales. Esto puede significar para los pobladores de las áreas naturales, la creación de nuevos puestos de trabajo, aumento en los ingresos y un nuevo impulso a las tradicionales y creaciones culturales locales.

Galindo et al (2008), menciona que el turismo de aventura se ha identificado como “viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas y deportivas, asociadas a desafíos

impuestos por la naturaleza”. En esta novedosa actividad se expresa esa necesidad natural de las personas de experimentar sensaciones emocionantes, que evidencia una actividad física representativa bajo un esquema de recreación, con un ánimo competitivo para practicar un deporte fuera de su lugar de residencia o con el propósito de renovación y relajación. Los “turistas de aventura” proceden de diversos segmentos del mercado, cada uno de los cuales tiene características, expectativas, actividades y patrones de consumo en cierto modo diferentes.

Las actividades que caracterizan el turismo de aventura según (Galindo et al., 2008), se pueden clasificar según el entorno físico donde se desarrollan: Aire: vuelo en parapente, paracaidismo, vuelo en ala delta, aviación, aerofotografía. Agua: buceo con tanque y a pulmón, rafting, descenso en ríos, Balsaje, canotaje, Kayak, Pesca recreativa, pesca de altura, Deportes náuticos (windsurf, sunboard, surfing, etc.); Motonáutica (esquí, velerismo, regata, etc.) Tierra: Escalada en roca y hielo, Rappel, descenso en roca y hielo, Torrentismo, descenso en roca a través de cascadas, Espeleología recreativa, Cabalgata, Caminata, Ciclismo y motociclismo de montaña, Trekking, Alta montaña, Esquí en nieve, Trial, Bungee jumping, Campercross.

Galindo et al. (2008), menciona, con el fin de evitar que el turismo de aventura se asocie con la práctica de una actividad específica mientras el individuo se encuentra en un espacio y tiempo turístico, es necesario identificar, desde el punto de vista conceptual, los factores que diferencian al turismo de aventura del turismo tradicional, dado su carácter particular: El turismo de aventura es una forma o tipo de turismo que se ha estructurado como un producto turístico especializado, tanto desde la oferta como desde la demanda turística actual. Requiere instrucción previa para la práctica de la actividad, especialmente en la operación de equipos con eficiencia y seguridad. Exige acompañamiento de personal calificado en la operación (guía especializado). Cumple parámetros claros de seguridad según cada actividad, que deben ser garantizados por quien contrata los servicios con el turista, por quien opera la actividad y especialmente el guía. El destino turístico debe contar con dotación, servicios e infraestructura acorde con la actividad, especialmente para atención de emergencias (pág. 106).

Rutas relevantes de aventura y naturaleza a nivel mundial

Según *Las Mejores Aventuras En África* (s. f):

- La aventura de trekking definitiva en Madagascar.
Camina y acampa en plena naturaleza por los cañones, llanuras, bosques y picos sobrenaturales de los parques nacionales de Isalo y Andringitra. Camina y escala hasta la cumbre de la segunda montaña más alta de Madagascar, el imponente Pic Boby (2658 m). se podrá observar, los residentes más famosos de la isla, desde los lémures pardos de cola anillada y de frente roja hasta los diminutos lémures ratón.
Nivel de dificultad: desafiante
- La aventura definitiva por Ruanda.
Una semana llena de acción en la que podrás practicar kayak, senderismo y ciclismo por algunos de los lugares más salvajes de este país africano poco explorado. En el Parque Nacional de Nyungwe atravesarás un puente colgante de 160 metros de largo sobre los árboles, lo que te permitirá disfrutar de una vista aérea de una de las selvas tropicales más antiguas de África.
Nivel de dificultad: moderado
- Aventura de cumbre, safari y rafting en Kenia
Camine por bosques de bambú, praderas alpinas y paisajes lunares hasta llegar a la cima del monte Kenia en Point Lenana (4985 m). Adéntrese en la reserva natural Ol Pejeta para avistar elefantes, leones, cebras, jirafas y rinocerontes negros en peligro de extinción. Alójese en un campamento de aventuras remoto junto al río y navegue en balsa por el bosque del río Tana, el más largo de Kenia.
Nivel de dificultad: desafiante

Rutas relevantes de aventura y naturaleza a nivel nacional:

Según el *Cerro San Luis Ruta Circular* (2024):

- Parque Nacional El Cajas Ruta del Cerro San Luis. Esta ruta circular de 5,1-km cerca de Cantón Cuenca, Provincia de Azuay. Por lo general, se considera una ruta difícil, que se tarda una media de 2 h 10 min en recorrer. Es una región muy popular para el senderismo y pasear, por lo que es probable encontrarse con otras personas mientras se está por la zona. El mejor momento para visitar esta ruta es de diciembre a marzo.
- De acuerdo con el *Cerro San Luis Ruta Circular* (2024) La cascada El Manto de la Novia. Es uno de los atractivos naturales más impresionantes de Baños. Ubicada a 11 kilómetros de la ciudad, esta maravilla natural se caracteriza por su caída de agua cristalina de aproximadamente 60 metros de altura, que se asemeja

al velo blanco de una novia, de ahí su nombre. Para llegar a ella, se cruza un canopy que ofrece una vista espectacular de la cascada y del río Pastaza.

El turismo en zonas rurales, por su naturaleza artesanal y menos masificada, impulsa el desarrollo local al generar empleo e ingresos. Además, promueve la conservación y revalorización del patrimonio natural y cultural de las regiones rurales económicamente desfavorecidas.

De este modo, "el turismo de aventura representa una oportunidad de desarrollo para las comunidades rurales, pues favorece la participación de los actores locales en las diversas actividades económicas no agrícolas que contribuyen con el desarrollo económico y social". (Bedón, 2019, p 133)

La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) se dedica a la conservación de la biodiversidad y la utilización sostenible de los recursos naturales. "Los esfuerzos por la conservación de la biodiversidad y el manejo de tierras se basan en la recuperación y reinserción de conocimientos y de tecnologías indígenas ancestrales. Las estrategias de utilización sustentable de los recursos del país han permitido a las comunidades diversificar sus actividades económicas y generar ingresos adicionales, retomar muchas de sus expresiones culturales, y fortalecer los vínculos y las formas de vida comunitarias". ("Federación Plurinacional De Turismo Comunitario Del Ecuador (FEPTCE)," 2012)

1.1.2 Turismo Comunitario

El turismo comunitario es uno de esos turismos de nicho que brinda beneficios para minimizar los impactos negativos y contribuir a que los miembros de las comunidades se involucren en la protección de su patrimonio cultural y natural, además de sacar provecho de forma directa de la actividad turística que se genera. (Fundación WIESE, 2018)

Lo que hace especial al turismo comunitario, es la participación y el control directo que lleva la comunidad, al iniciar la planificación y al terminar con la venta de los

productos turísticos. El desarrollo del turismo comunitario es un área que ha cobrado fuerza en la evolución del turismo en Ecuador. Al Ecuador se identifica, como uno de los países que desde los años ochenta promueve el turismo comunitario, lo que ha llegado a convertirlo en una actividad estratégica al actúa como catalizador de diferentes procesos, desde los que es posible ampliar la oferta competitiva y sustentable, a la vez que logra un equilibrio socio-político-económico con posibilidades para conservar y potenciar el patrimonio natural, y la diversidad cultural del estado (Mullo Romero, 2019). Este enfoque destaca la importancia de las rutas turísticas como un medio para empoderar a las comunidades locales.

La creación de una ruta turística de naturaleza en la comunidad de Santa Ana, genera un impacto multifacético. Económicamente, estimula el desarrollo local al atraer visitantes que consumen productos y servicios locales, generando empleo y diversificando las fuentes de ingreso, fomenta la educación ambiental y la conciencia sobre la importancia de preservar el patrimonio natural. Socialmente, fortalece el sentido de identidad y pertenencia al involucrar a la comunidad en la conservación y promoción de sus recursos naturales y culturales.

Al involucrar a los residentes en la planificación y ejecución de las actividades turísticas, se generan beneficios económicos directos y se fortalece la identidad cultural, fomentando así un sentido de pertenencia, control y un manejo de la comunidad, lo que es fundamental para su desarrollo sostenible.

1.1.3 El Turismo en Ecuador

1.1.3.1 Inicios del turismo en el Ecuador.

En el Ecuador al igual que en América Latina, el turismo se desarrolla luego de la II Guerra Mundial (1939-1945), es a partir de ahí que aparece la aviación comercial y boletos aéreos.

A partir del tercer gobierno del Dr. José María Velasco Ibarra (1952-1956), la institución se vio fortalecida en su estructura y funcionó como dependencia del Ministerio de Economía. Se efectuaron para entonces las primeras campañas publicitarias internas e internacionales, pero por limitación de sus recursos vino a disminuir la gestión de esta entidad hasta casi extinguirla.

De acuerdo al Banco de Desarrollo del Ecuador, en los últimos años el turismo se ha convertido en unos de los sectores económicos de mayor crecimiento a escala nacional, contribuyendo con el 10,2% del Producto Interno Bruto (PIB). A través de los efectos directos o indirectos e incluidos, contribuye con 1 de cada 10 empleos y genera 1.5 mil millones de dólares en exportación, representando un 6% de las exportaciones a nivel global (Jairo Cabrera, 2024).

Según López (2024) el 2023 también representó un año de crecimiento para el turismo receptor, con 1.426.514 visitantes, un 12.77% más que en 2022. Granda destaca que este incremento es resultado de las estrategias de promoción turística, que también se reflejan en las cifras económicas. En 2023, las ventas alcanzaron los 6.198,1 millones de USD, y el empleo relacionado con el turismo creció un 5.12%, llegando a 560.574 puestos de trabajo.

De la misma manera López (2024), menciona que Ecuador sigue consolidándose como un destino turístico. Durante el primer semestre de 2024, el país recibió un total de 589.082 turistas, de los cuales 59.631 provinieron de España. Según Santiago Granda, Subsecretario de Promoción del Ministerio de Turismo de Ecuador, junio fue el mes con mayor afluencia de visitantes, alcanzando los 122.126, seguido de mayo, con 96.859. Hasta julio, Ecuador ha recibido un total de 716.812 viajeros.

1.1.4 Metodología MINTUR para la Evaluación de Atractivos Turísticos

Para la creación de la ruta se utilizó la metodología MINTUR para la Evaluación de Atractivos Turísticos, la cual según el establece lineamientos técnicos para la

identificación, clasificación y valoración de los atractivos con mejores condiciones para el desarrollo de productos turísticos. Mientras que, para la definición de espacios turísticos se consideran criterios de asociatividad, tamaño de la superficie y distribución de elementos complementarios.

La presente guía metodológica MANUAL DE ATRACTIVOS TURISTICOS (2018), se enfoca en identificar el nivel de competitividad de los atractivos turísticos que presenten las mejores condiciones para el desarrollo de productos turísticos. Por tal motivo se realizó una selección de los criterios del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo que al momento se adaptan a la realidad territorial.

1.1.4.1 Procedimiento

El procedimiento se desarrolla en dos etapas:

Etapas I: Realización del Inventario de Atractivos Turísticos: levantamiento, registro, jerarquización y especialización de atractivos turísticos.

Etapas II: Generación de Espacios Turísticos: identificación de atractivos con potencial para la generación de productos turísticos, análisis geográfico y tipificación de espacios turísticos.

Ilustración 1

Etapas del proceso de ejecución del inventario.



Fuente: (MANUAL DE ATRACTIVOS TURISTICOS, 2018)

El Manual De Atractivos Turísticos (2018) indique que una vez que se ha levantado la información del atractivo, este es puesto en valor numérico mismo que representa el puntaje alcanzado sobre 100 que se enmarca dentro de un nivel de jerarquía que va en una escala de I a IV.

Tabla 1

Nivel de jerarquía

RANGOS	JERARQUÍA
86 – 100	IV
61 – 85	III
36 – 60	II
11 – 35	I
0 – 10	Recurso

Fuente: (MANUAL DE ATRACTIVOS TURISTICOS, 2018)

El MANUAL DE ATRACTIVOS TURISTICOS (2018), describe que las jerarquías corresponden a un proceso de revisión de los criterios propuestos por la OEA en la Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos del MINTUR 2004 y adaptado a los criterios del Índice de Competitividad Turística.

Para los niveles de jerarquía se ha considerado los siguientes aspectos:

1. Las jerarquías pueden asignarse tanto a los atractivos en oferta real, como a los que no están en operación. El primer caso, corresponde a aquellos atractivos que están recibiendo flujos de turismo cuantificables como demanda efectiva. En el segundo caso, se trata de atractivos con atributos constatables y demanda potencial pero que, debido a la carencia de infraestructuras o facilidades, no han sido puestos en valor para el turismo.
2. Para la jerarquización la demanda ha sido considerada en su forma más genérica, como receptora, interna y local teniendo en cuenta el tipo de visitantes (nacional y extranjero).
3. Aquellos atractivos que no alcancen la calificación mínima serán considerados como “recurso turístico”.

Tabla 2

Descripción de la jerarquización

Jerarquización	Descripción
JERARQUÍA IV	Atractivo excepcional y de alta significación para el mercado turístico internacional capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial) y presenta las condiciones óptimas para el desarrollo de productos turísticos relevantes enfocados al mercado nacional e internacional.
JERARQUÍA III	Atractivo con rasgos excepcionales capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros y presenta las condiciones adecuadas para el desarrollo de productos turísticos enfocados al mercado nacional e internacional.
JERARQUÍA II	Atractivo con algún rasgo llamativo que presente condiciones básicas para la generación de productos turísticos capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas nacionales.
JERARQUÍA I	Atractivo que presenta condiciones mínimas para generar productos, como elementos que complementen a otros de mayor jerarquía.
RECURSO	Es un elemento natural o cultural que pueden motivar el desplazamiento, pero no se encuentran todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo.

Fuente: (MANUAL DE ATRACTIVOS TURISTICOS, 2018)

El levantamiento de información es fundamental en la creación de una ruta turística, porque permite identificar y evaluar los atractivos turísticos existentes y potenciales. Mediante esto podemos asegurar que la ruta sea atractiva, segura y sostenible.

1.1.5 Importancia del Desarrollo de Rutas Turísticas

1.1.5.1 Ruta turística

Las rutas turísticas como parte de la oferta turística de un destino, contribuyen con los objetivos de distribuir la demanda a lo largo de todo el año, por todo el territorio y responden a las necesidades de los mercados emergentes, que basan sus exigencias en las necesidades de los viajeros, que buscan enriquecer de su experiencia, flexibilidad, descubrimiento, aprendizaje, y contacto con los pueblos y tradiciones (OMT, 2012).

Según Rocabado (2024), el turismo ha desempeñado un papel crucial tanto en la economía, como en el desarrollo global. El turismo es una actividad económica que tiene un impacto diverso, ya que contribuye significativamente a la generación de empleos y el desarrollo de infraestructuras, promoviendo la cultura local y diversificando las economías nacionales.

Rutas turísticas reconocidas mundialmente

El parque Bale Mountains (Etiopía)

África es, para muchos, un paraíso y es que no cabe duda de que el continente alberga lugares tan maravillosos como este parque repleto de cumbres y picos de conos volcánicos. Aquí podrás hacer rutas de senderismo de lo más curiosas.

Pirineo Aragonés (España)

El primer destino español que te presentamos es el Pirineo Aragonés, uno de los destinos más reclamados por los turistas debido a sus hermosos paisajes de montaña. La naturaleza embriaga a cualquiera que ponga un pie en el lugar. No debes olvidarte de visitar los parques naturales de Ordesa y Monte, donde podrás hacer piragüismo en sus ríos.

Delta del Okavango (Botswana)

Concretamente la temporada de lluvia hace del lugar una aventura. Un destino ideal para realizar actividades de todo tipo.

Islas Galápagos (Ecuador)

No solo gozan de una belleza sinigual, sino que en ellas puedes hacer muchos tipos de actividades y una de ellas es recorrer estas islas en busca de curiosos animales. Ya vimos algunas de las mejores playas de aguas cristalinas en España para hacer snorkel, y mundialmente podemos destacar estas islas ya que sus aguas transparentes permiten una visión perfecta del fondo marino.

Rutas turísticas reconocida a nivel nacional Ecuador

Según Ruta Turísticas Ecuador (2010), Ruta de los Volcanes: esta espectacular avenida recorre los Andes en medio de más de 70 volcanes, desde Carchi hasta Loja. Algunos de ellos, los más espigados, están cubiertos de nieve todo el año y todos representan inigualables atractivos para excursionistas y montañeros.

El mismo autor señala que la Ruta del Spondilus: anteriormente conocida como en parte de su extensión como la RUTA DEL SOL, recorre todas las playas ecuatorianas y las poblaciones adyacentes, desde el norte de Esmeraldas hasta el sur del país.

De la misma manera señala que la Ruta del Agua o Yaku Ñamby: comprende los variados y sorprendentes encantos naturales y culturales del Ecuador amazónico. Se la denomina así por la importancia ecológica del agua y su íntima relación con las nacionalidades indígenas de la cuenca más grande y caudalosa del mundo. En gran parte de la Amazonía los ríos siguen siendo un importante medio de sustento y transporte.

Rutas turísticas reconocida a nivel regional (Sierra)

Según el Gobierno provincial de Tungurahua (s. f), la ruta cascada Baños inicia desde el Centro de Baños, cruzando la ciudad en la popular "Chiva", para luego continuar por la cascada de Agoyán, con opción a realizar el salto del puente, conocer el Cascada Manto de la Novia, cruzar en tarabita, los túneles, el siempre impresionante Pailón del Diablo, continuando con una caminata hacia la cascada de Machay, en un recorrido lleno de espectaculares orquídeas. La ruta se completa con la visita al Mirador de la ciudad y del volcán Tungurahua, en la zona de Bellavista, donde

podemos apreciar el volcán Tungurahua en toda su extensión, acompañados de un típico canelazo.

En opinión propias, las rutas turísticas son una excelente manera de aprender sobre la historia, la cultura y la naturaleza de un lugar. Los visitantes pueden explorar sitios arqueológicos, admirar obras de arte, y conocer las tradiciones locales a través de la gastronomía y las costumbres de la región. Si bien ha traído consigo grandes beneficios, también ha planteado desafíos importantes. La sobreexplotación de los recursos naturales y la pérdida de tradiciones locales son solo algunas de las consecuencias que debemos enfrentar si no gestionamos el turismo de manera responsable.

La evolución del turismo ha potenciado la necesidad de rutas turísticas sostenibles, que no solo atraigan a visitantes, sino que también beneficien a las comunidades locales. La importancia de estas rutas en el contexto del turismo comunitario es evidente, ya que pueden ser un motor de desarrollo económico y social.

1.1.6 Estrategias de Promoción Turística

Coyago (2021) menciona que hoy en día la era digital se ha desplazado en todos sus ámbitos entre ellos el turismo, adaptándose la demanda al mercado y al cambio tecnológico la cual son herramientas que logran cumplir los objetivos de las empresas, es decir, lograr un posicionamiento frente a su competencia. Es por esta razón, que las estrategias de marketing digital hasta ahora han aportado muy bien en el desarrollo turístico de varios cantones, ya que aprovechan el impacto que las redes sociales tienen siendo un medio de comunicación digital masivo.

“Las plataformas digitales se han vuelto cruciales para las empresas, ya que permiten identificar una base de usuarios considerable interesada en los rasgos de la compañía, dado que el 801% de los ecuatorianos tienen acceso a internet y el 787% utiliza redes sociales (Coyago et al., 2021).

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, se considera que se ha incrementado el uso del marketing digital para la promoción turística de lugares, por ello la actualización de redes sociales y sitios web son los que lideran el mercado digital, a medida que las empresas desarrollan técnicas de marketing digital más eficientes y efectivas, los consumidores se vuelven más intrépido al adquirir sus productos o servicios, estableciendo una relación directa, como un río que encuentra su cauce.

Coyago, también menciona que un sitio web, también conocido como portal, es un conjunto de páginas web que comparten un mismo dominio de internet. Es fundamental para las organizaciones en un mundo globalizado, ya que un sitio web debe ser accesible, atractivo, claro, simple, consistente, fácil de navegar y tolerante para satisfacer las necesidades y expectativas de sus usuarios.

El mismo autor define que las redes sociales se han convertido en un fenómeno clave en la actualidad, ya que facilitan las relaciones entre personas y ayudan a encontrar a otros con intereses o necesidades similares. Lo valioso de estas plataformas es que permiten la integración de muchas personas en grupos, brindando a jóvenes e incluso niños la oportunidad de socializar en un entorno virtual. Sin embargo, el uso de redes sociales también puede acarrear aspectos negativos, como distracciones, pérdida de tiempo y de privacidad.

1.2 Marco Contextual

1.2.1 Santa Ana

1.2.1.1 Historia de la parroquia Santa Ana

Con relación a la creación de la parroquia, la tradición oral indica que Santa Ana fue constituida varios años antes de 1870, pero legalmente fue reconocida como parroquia desde el año 1906 (PDOT de Santa Ana, 2023).

De acuerdo con el PDOT de Santa Ana (2023), históricamente y según relatos de antiguos moradores de la parroquia se conoce que en un inicio constituía la propiedad de

una familia denominada Orozco, personas consultadas coinciden en que Santa Ana en sus inicios era un anejo de la parroquia Paccha y sus límites estaban definidos por un camino que cruzaba el sector, ahora conocido como La Raya, continuando hasta el Río Quingeo; y luego hasta el camino de Siguir; por el otro lado, el camino hacia la parroquia Zhidmad, que en ese entonces era el límite entre las parroquias de Paccha y Quingeo. Manifiestan además que éste es el camino que permitía el enlace entre Cuenca y los poblados de San Bartolomé, Sígsig y otros del sector oriental; teniendo cómo único medio de transporte los caballos o trasladarse a pie. Se funda la parroquia eclesiásticamente el 17 de junio del año 1907 y se oficializa en 1908.

Ilustración 2

Iglesia Santa Ana



Fuente: (PDOT de Santa Ana, 2023). Vista panorámica Iglesia matriz Santa Ana.

1.2.1.2 Datos generales

Conforme el PDOT de Santa Ana (2023), dentro de las parroquias rurales de Santa Ana se ubica en la provincia del Azuay, al este del cantón Cuenca y posee una extensión de 4.495,31 ha, la misma que varía con respecto al PDOT anterior, pues en al año 2015 se firmaron acuerdos limítrofes con la parroquia El Valle, Paccha, Quingeo y Zhidmad.

Según datos del INEC, del Censo de Población y Vivienda del año 2010, la parroquia tiene una población total de 5.366 habitantes, donde se registra una población mayoritariamente joven, con base en la proyección del mismo INEC se esperaría que la población al año 2020 sea de 6.761 habitantes.

El PDOT también afirma que este lugar alberga 21 comunidades: Centro Parroquial, Auquilula, El Chorro, Ingapirca, La Dolorosa, Tacalzhapa, Toctepamba, Tepal, Barzalitos, San Antonio de Trabana, San Francisco de Mosquera, Santa Bárbara, Bella Unión, Sigsicocha, Ñariviña, San Miguel de Pucacruz, San Pedro, Los Laureles, San Antonio de Los Laureles, El Salado y Playa de Los Ángeles, las mismas que poseen un comité de desarrollo reconocido por el GAD. Con respecto a la educación, se ubican 8 instituciones educativas en la parroquia, entre escuelas, unidades educativas y un colegio, una unidad educativa a distancia, la población tiene un nivel primario de escolaridad, principalmente, seguido de educación secundaria y un pequeño porcentaje de habitantes con educación superior.

Para finalizar el mismo PDOT señala que la población de la parroquia se dedica principalmente a actividades agrícolas y ganaderas, también en menor grado a actividades comerciales y artesanales. La parte comercial se concentra en el Centro Parroquial y en la comunidad de la Bella Unión, en donde se emplazan los diferentes locales de venta de diferentes productos y servicios para la parroquia. Existen tres fabricantes de bloques en la parroquia y un depósito de madera, siendo de las actividades comerciales más importantes para la localidad, además de tiendas, farmacias, empresas proveedoras de internet, panaderías, entre otras. Los días martes, sábados y domingos en el parque central se realiza el mercado tradicional, en donde los productores de las diferentes comunidades y asociaciones ponen a disposición sus productos y de esta forma se dinamiza de cierta manera la economía de la localidad.

1.2.2 DELIMITACIÓN PARROQUIAL

Como señala el PDOT de Santa Ana (2023), luego de varios acuerdos alcanzados en el año 2015, los límites de la parroquia están definidos de la siguiente

manera:

Norte: con la parroquia Paccha

Sur: con la parroquia Quingeo

Este: con el Cantón Gualaceo y Sígsig

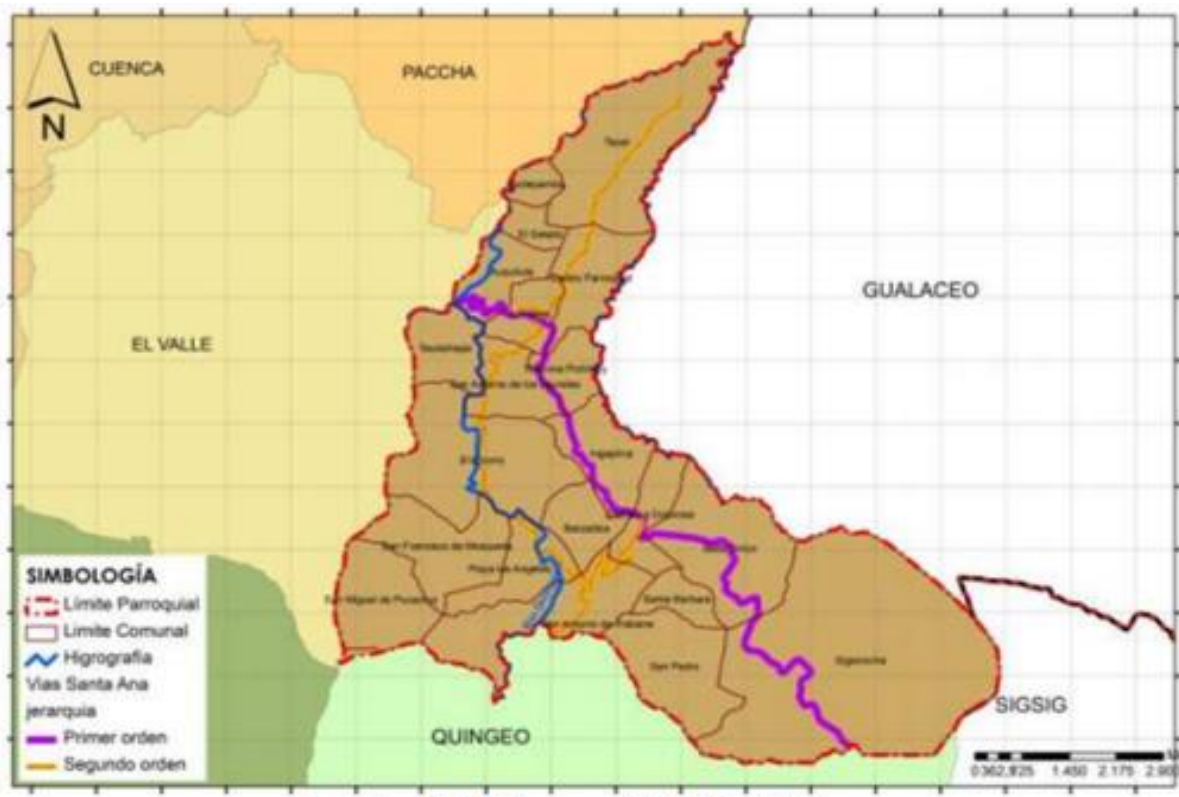
Oeste: con la parroquia El Valle

Fiesta de Parroquialización: 27 de mayo

Extensión: 4731,94 Ha

Ilustración 3

Límites Parroquia Santa Ana



Fuente: (PDOT de Santa Ana, 2023). Mapa ubicación de la Parroquia Santa Ana.

1.2.2.1 Dignidades del GAD Parroquial Santa Ana

De acuerdo al PDOT de Santa Ana (2023), las personas a mencionar cuentan con diferentes cargos como, Presidente: Sr. Mixson Peláez Heredia, Vocal Altern:

Psic. Clínica M. Eugenia Samaniego, Vicepresidente: Sra. Gina Guanoquiza Sarango, Vocal Alterno: Sr. José Guanoquiza, Primer Vocal: Sr. Arturo Loja Bueno, Vocal Alternativa: Srta. Rocio Villa, Segundo Vocal: Dr. Wilson Quille Morocho, Vocal Alterno: Srta. Jhosseline Paute.

1.2.3 Turismo Santa Ana

De acuerdo con el GAD Santa Ana (2023), cuenta con una gran oferta turística, conformada por rutas detalladas en la página web del GAD municipal. Estas rutas, diseñadas para satisfacer diversos intereses, ofrecen experiencias, desde la naturaleza exuberante hasta la rica historia y cultura local.

Atractivos turísticos tangibles según el GAD Santa Ana (2023):

- Quebrada Oscura: El recurso consiste de una formación de rocas que conforman un pasillo natural alargado y angosto, en donde al final se desprende una chorrera que nace a unos 2.5 km aproximadamente del sitio.

Ilustración 4
Quebrada Oscura



Fuente: (GAD Santa Ana, 2023) La quebrada oscura vista desde abajo.

- Cascada de Tasqui: También conocida como la cascada del amor por algunos habitantes de la parroquia. Durante el trayecto se puede apreciar la belleza paisajística que encierra la zona, hacer actividades de fotografía de la vegetación nativa, actividades de senderismo, cabalgata y al llegar al punto de interés se puede tomar un refrescante baño en esta impresionante cascada.

Ilustración 5
Cascada de Tasqui



Fuente: (GAD Santa Ana, 2023) Vista a la Cascada de Tasqui.

- Cerro Mama Tepal: Conocida anteriormente como Loma Grande. Fue identificada en la época de Gil Ramírez Dávalos, quien, dicen que vio que era muy parecida a una loma de Japón llamada Nepal y así la llamó Tepal.

Ilustración 6
Cerro de Mama Tepal



Fuente: (GAD Santa Ana, 2023) Vista panorámica desde la cumbre de Mama Tepal.

- Iglesia Matriz de Santa Ana: Atracción arquitectónica y religiosa, declarada patrimonio cultural de la nación; cada año la última semana de julio, se le rinde homenaje a la patrona de dicha iglesia, Santa Ana.

Ilustración 7
Cerro de Mama Tepal



Fuente: (GAD Santa Ana, 2023) Figura religiosa Mama Santa Ana

- **Mamá Santa Ana:** Casada con Joaquín, fue la madre de María y, por tanto, abuela materna de Jesús de Nazaret. Es considerada patrona de diversas ciudades y países, así como de las mujeres trabajadoras y los mineros, pues se considera a Jesús el oro y María la plata.

Ilustración 8
Mama Santa Ana



Fuente: (GAD Santa Ana, 2023) Figura religiosa Mama Santa Ana

Atractivos turísticos intangibles según (GAD Santa Ana, 2023):

- Ruta del pan: Son 6 las panaderías alrededor del centro parroquial que se mantienen abiertas al público, siendo sus propietarias: Sara chumbay (angelita), Liduvina Castro, Libia Castro, Luisa Castro, Laura Pacheco y María Miguitama, este es un oficio que viene de generación en generación.

Ilustración 9
Horno de leña



Fuente: (GAD Santa Ana, 2023) Representación de la elaboración del pan.

- Tortillas: La elaboración de tortillas de maíz, trigo y choclo es una tradición que se mantiene viva y que está presente en el parque central de la Parroquia Santa Ana, así como en otros espacios mientras recorre las calles de este sector; además, en donde puede degustarlas acompañadas de un delicioso morocho, café o chocolate caliente, pues en épocas de frío es una obligación su degustación.

Ilustración 10
Tortillas



Fuente: (GAD Santa Ana, 2023) Realización de tortillas de maíz.

- Escaramuza: Este juego tradicional aún se practica en varias zonas rurales del Azuay y Cañar, siendo en una de ellas la parroquia Santa Ana, en la que la escaramuza se caracteriza por la creación de labores o figuras como letras y otros elementos en honor a su patrona, antiguamente acompañaba el marco musical conformado por la chirimía y caja, en la actualidad con banda de pueblo; con tonos musicales especiales. El juego consiste en guiar a un grupo de jinetes en una plaza o terreno donde se forman desde letras iniciales de los santos patronos hasta figuras como el corazón, el chicote, la cruzada, la media luna, etc., las que se ha venido realizando durante más de 30 años. Se juega el fin de semana previo a la

fecha litúrgica de Santa Ana y durante la misma, para ello la gente se prepara con varias semanas de antelación.

Ilustración 11
La Escaramuza



Fuente: (GAD Santa Ana, 2023) Los jinetes de la Escaramuza

CAPÍTULO II: REALIZAR EL LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DE LAS FICHAS TÉCNICAS DE LOS ATRACTIVOS, APLICANDO LA METODOLOGÍA DEL MINTUR PARA DETERMINAR EL ESTADO ACTUAL DE LA RUTA PROPUESTA EN LA PARROQUIA SANTA ANA.

2.1 Introducción

Para cumplir con este objetivo se toma como base la metodología que plantea el Ministerio de Turismo de Ecuador, realizando así el respectivo levantamiento de información de cada uno de los atractivos turísticos “Quebrada Oscura,” “Mama Tepal,” y “Cueva del Inca,” que conforman esta ruta, se encuentran ubicados en la parroquia de Santa Ana, Provincia del Azuay, Ecuador. El objetivo principal fue recopilar información exhaustiva para resaltar las características y el potencial de cada uno de estos recursos.

2.2 Metodología del primer objetivo

De acuerdo con el MANUAL DE ATRACTIVOS TURISTICOS (2018), para la elaboración del objetivo se aplicó la metodología establecida por el MINTUR en su Manual de Atractivos Turísticos, la misma establece un enfoque integral y sistemático que incluye la identificación, evaluación y promoción de recursos turísticos naturales y culturales. Así mismo menciona que para la creación de una ruta, primero se debe realizar el levantamiento de los atractivos, proceso implica la recopilación de datos detallados sobre estos, utilizando la ficha de atractivos turísticos que detalla la siguiente información su accesibilidad, infraestructura, y potencial para atraer visitantes.

2.2.1 Enfoque de Investigación

Según Acosta (2023), un enfoque de investigación trata de qué metodología se escoge para investigar un problema determinado. Incluyendo así los planteamientos, la perspectiva y la comprensión que el investigador sobre la realidad, influenciados por su visión, lo que impacta en su forma de investigar el tema en cuestión.

En este estudio se aplicó el enfoque de investigación cualitativo, para obtener una comprensión más profunda de las percepciones y necesidades tanto de la población local como de los turistas. Esto se logró tras la revisión de documentos como el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia de Santa Ana. Esto permitió apreciar de manera más efectiva las experiencias y expectativa de los involucrados, para el desarrollo de una ruta segura y respetuosa con el medio ambiente.

2.2.2 Técnica de recolección de datos

Para la recolección de datos se utilizó la ficha técnica de atractivos que plantea el Ministerio de Turismo en el “Manual de atractivos turísticos”.

Las fichas brindan información fundamental sobre los atractivos turísticos, como su ubicación, accesos, horarios y la infraestructura turística, también menciona opciones de hospedaje, alimentación y agencias de viaje. Estas detallan los servicios disponibles en los atractivos, o en ciudades o poblados cercanos, de la misma manera describen las facilidades del entorno, como senderos señalizados y puntos de descanso.

De igual manera, las fichas mencionan las actividades disponibles en cada uno de los atractivos, ofreciendo así una variedad de opciones para disfrutar de su experiencia. Para finalizar, las fichas presentan una descripción corta del lugar, evidencias fotográficas y ubicación geográfica de los atractivos.


Las fichas completas están adjuntas en el apartado de anexos. Esta es una explicación breve del contenido de las fichas.

2.2.3 Fichas resumen de los atractivos turísticos

A continuación, se presentará un resumen de las fichas correspondientes a los atractivos que integran la ruta. Estas fichas proporcionan una información básica.


Tabla 3

Ficha Atractivos Turísticos.

Nombre del atractivo:	Quebrada Oscura.
Categoría:	Atractivos naturales.
Tipo:	Fenómenos espeleológicos.
Subtipo:	Quebrada.
Jerarquía:	Nacional.
Localización:	Santa Ana.
Propiedad:	Pública.
Estacionalidad:	Todo el año.
Coordenadas:	Latitud: -2.9276023 Longitud: -78.9277601
Descripción:	El atractivo consiste de una formación rocosa que forma un pasillo natural alargado y angosto, culminando en una chorrera a 2.5 km del sitio. El trayecto ofrece vistas paisajísticas, el río Quingeo, senderos y flora local. Dependiendo del clima, los visitantes pueden bañarse en la chorrera, que a veces cae con fuerza. La belleza natural y el entorno hacen de este un destino atractivo.
Tipo de Administración:	Pública
Imagen	


Fuente: Resumen ficha turística. (Realizado por Michael Tenelema, 2025)

Tabla 4
Ficha Atractivos Turísticos.

Nombre del atractivo:	Mama Tepal
Categoría:	Atractivos naturales.
Tipo:	Montañas.
Súpito:	Baja Montaña.
Jerarquización:	Nacional.
Localización:	Santa Ana.
Propiedad:	Publica.
Estacionalidad:	Todo el año.
Coordenadas:	Latitud: -2.9267202 Longitud: -78.9143850
Descripción:	Este admirable lugar cuenta con una vista panorámica hacia Jadán, Gualaceo y Santa Ana, vista que se puede apreciar tras ascender alrededor de 360 escalones de madera rodeadas de la flora característica del lugar, en donde el aroma a eucalipto predomina. Además, en este sitio se encuentra una capilla nueva, la que con poca frecuencia se abre para la celebración de eucaristías.
Tipo de Administración:	Publica.
Imagen:	

Fuente: Resumen ficha turística. (Realizado por Michael Tenelema, 2025)

Tabla 5
Ficha Atractivos Turísticos.

Nombre del atractivo:	Cueva del Inca.
Categoría:	Atractivos naturales.
Tipo:	Fenómenos espeleológicos.
Subtipo:	Cueva o Caverna.
Jerarquía:	Nacional.
Localización:	Santa Ana.
Propiedad:	Pública.
Estacionalidad:	Todo el año.
Coordenadas:	Latitud: -2.9087809 Longitud: -78.9152277
Descripción:	Cuevas de Changán o Cuevas del Inca, pertenecientes a la comunidad de Toctepamba, a una distancia de 5.4 km aproximadamente del centro parroquial, a unas 2 horas. Para acceder al lugar se llega en auto hasta el centro de la comunidad, luego se debe caminar por el sendero junto al río de Quingeo, el mismo que se debe atravesar varias veces.
Tipo de Administración:	Pública
Imagen	

Fuente: Resumen ficha turística. (Realizado por Michael Tenelema, 2025)

2.3 Resultados

2.3.1 Estado actual de los atractivos turísticos que conforman la ruta.

Estos atractivos se encuentran en los alrededores de la parroquia Santa Ana. La Quebrada Oscura, cuenta dos puntos de inicio, el primer punto se encuentra ubicado en la terminal de Auquilula, última parada de la línea 24, donde se podrá observar un puente que nos indica el punto de partida, por otro lado se puede salir desde el centro de Santa Ana, tomando un desvío detrás de la biblioteca municipal en las coordenadas 2°56'08"S 78°55'12"W este camino lleva a un parqueadero, donde se pueden dejar los vehículos de manera segura, se contará con señalización para dar inicio a la ruta, una vez iniciada la ruta por el sendero a unos 15 minutos se encontrarán formaciones rocosas verdes, muy llamativas y una cascada pequeña que indica el final de la quebrada, donde se pueden disfrutar de un pequeño baño refrescante y sus respectivas fotografías.

La Quebrada Oscura se encuentra en un estado conservado y es accesible para los visitantes durante todo el año. El atractivo es ideal para personas con un buen estado físico activo. El acceso a la quebrada comienza por vías asfaltadas en excelente estado. Posteriormente, se toma un desvío hacia una calle lastrada, también en buenas condiciones, el camino terminará en un parqueadero para automóviles. Este no cuenta con una señalización clara, para llegar al atractivo, es necesario seguir un sendero que está bien marcado, el cual guía hasta el final del recorrido. El lugar cuenta con áreas verdes, donde moradores comentan que los visitantes suelen acampar en ese lugar, sin embargo, hay que tener en cuenta que el atractivo no cuenta con ningún tipo de servicios básicos.

Las Cuevas de Changan o más conocidas como Cuevas del Inca, están ubicadas a unas 2h, 5.4 kilómetros de distancia aproximadamente desde el centro de Santa Ana, luego se encuentra con el centro de la comunidad de Toctepamba, donde se podrán dejar los vehículos y se deberá caminar unos 40mmts a 1h, en el trayecto se visualizará una ardua vegetación y se tienen que cruzar varias veces el río para poder seguir hacia la

cueva, llegando al destino nos encontramos con grandes formaciones rocosas en formas de cueva, sus paredes son de color blanquecino.

Las Cuevas se encuentran en un estado conservado, son accesibles para los visitantes los 365 días del año. Se recomienda visitarlas cuando el río no esté muy crecido, debido a las fuertes corrientes que pueden formarse. Para llegar a este atractivo, se debe dirigir a la comunidad de Toctepamba. El sitio no cuenta con señalización, con ayuda de los moradores se llega a un sendero que lleva hacia las cuevas. El camino tiene una dificultad moderada, ya que se debe cruzar el río varias veces, lo que añade un toque de aventura a la experiencia. Al llegar, se pueden admirar cuevas de color blanquecino. Además, se comenta que, en este sitio, a la orilla del río, se suelen realizar acampadas. Es importante destacar que el lugar no cuenta con ningún tipo de servicio básico.

Para finalizar, el cerro de Mama Tepal, se encuentra a 1.7 km en la comunidad de Tepal de esta su nombre, a 2.892 m.s.n.m, para llegar al cerro, se debe caminar unos 20 minutos desde el punto de partida que se encuentra en la vía principal, tras ascender 360 escalones de madera, rodeados de flora, tendremos una vista panorámica de 360° hacia Jadan, Gualaceo y Santa Ana. Además, se encuentra una capilla nueva que fue construida después de la destrucción de la anterior que contaba con 160 años de antigüedad, en esta se celebran, en ocasiones especiales, fiestas patronales cada 3 de mayo.

El cerro de Mama Tepal, tiene un estado conservado. Tiene accesibilidad los 365 días del año para los visitantes. Las vías de acceso al lugar son asfaltadas, las cuales se encuentran en un estado considerable, el lugar no cuenta con señalización, unas escaleras de madera nos guiarán hacia la cima de la montaña, se comenta que visitantes acampan en el lugar, debido a las impresionantes vistas, que este tiene al amanecer.

CAPÍTULO III: DESARROLLAR LA RUTA DE AVENTURA Y NATURALEZA INTEGRANDO LOS ATRACTIVOS IDENTIFICADOS, PARA OFRECER A LOS TURISTAS UNA EXPERIENCIA SEGURA Y ENRIQUECEDORA RESPETANDO LOS PRINCIPIOS DE LA SOSTENIBILIDAD.

3.1 Introducción

En el cumplimiento de este objetivo, se tomó como referencia el Manual de Generación de Rutas e Itinerarios Turísticos, que destaca la importancia de desarrollar una ruta turística y detalla la manera de cómo estructurarla. Este manual proporciona los pasos necesarios para la creación de rutas turísticas, asegurando que se sigan los principios adecuados para una implementación correcta.

3.2 Metodología del segundo objetivo

Según el MANUAL DE GENERACIÓN DE RUTAS E ITINERARIOS TURÍSTICO (2019), para alcanzar el segundo objetivo, se tomó como referencia la metodología establecida por el MINTUR en su “Manual de Generación de Rutas e Itinerarios”. El manual sugiere seguir cuatro pasos importantes. El primer paso es analizar el destino para obtener la información necesaria para definir el concepto y estructura del producto final. El segundo paso menciona el diseño de la ruta, teniendo en cuenta todos los elementos de estructura y gestión para una ruta turística efectiva. El tercer paso se enfoca en el desarrollo e implementación de la ruta, lo que implica varias actividades de intervención y mejora para asegurar una experiencia de recorrido agradable. Finalmente, el cuarto paso consiste en monitorear la ruta creando un formato de gestión y control que establezca indicadores simples para su seguimiento y monitoreo.

3.2.1 Enfoque de Investigación

Para este objetivo se utilizó un enfoque de investigación mixto, lo que permitió combinar el análisis de documentos clave, como el Diagnóstico y el PDOT de la parroquia

de Santa Ana, con visitas de campo a cada uno de los atractivos turísticos. Este enfoque proporcionó una visión completa de la situación, considerando tanto la información documental como las observaciones directas.

Durante las visitas de campo, se tomaron las distancias y el tiempo necesarios para llegar a cada atractivo, así como el tiempo requerido para recorrer los senderos que conducen ellos. Esta metodología permitió obtener una comprensión más profunda y precisa de los atractivos turísticos, lo que es esencial para el desarrollo de la ruta turística propuesta.

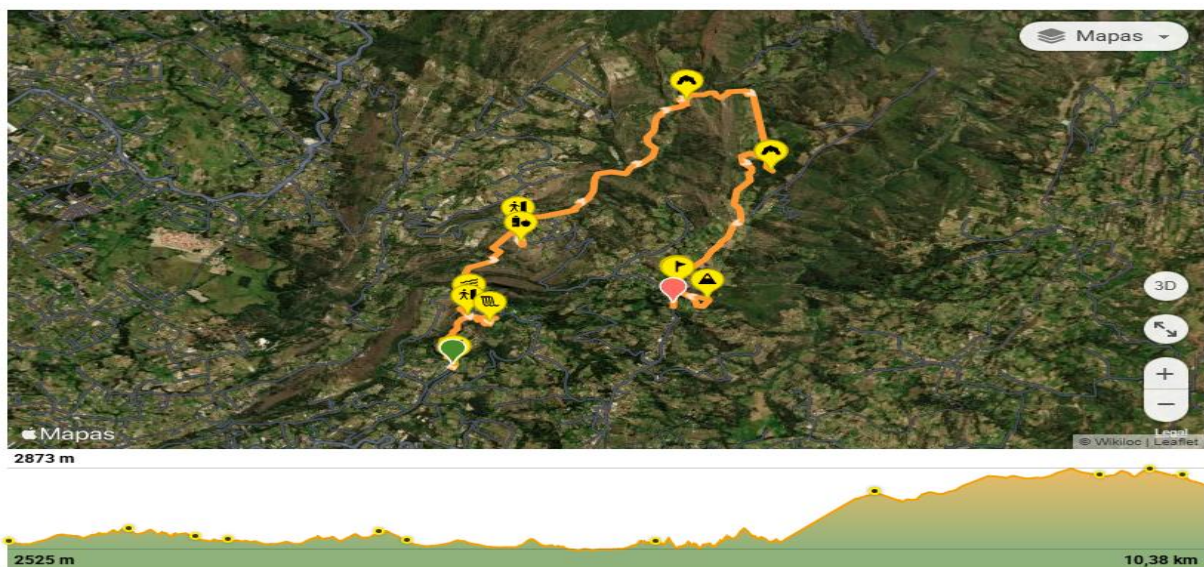
3.3 Resultados

3.3.1 Ruta

A continuación, en la ilustración 12 se presentará la ruta elaborada y plasmada en una aplicación, la cual nos indica los puntos de salida y de fin de los atractivos y puntos de descanso. Así mismo nos detalla la siguiente información: distancia, dificultad, desniveles, altitud, etc.

Ilustración 12

Elaboración de ruta



Fuente: Marcación de la ruta propuesta. (Realizado por Michael Tenelema, 2025)

Se puede observar la marcación de la ruta propuesta, utilizando la aplicación “Wikiloc” como herramienta principal. Esta aplicación permite una detallada y precisa identificación de los diferentes puntos de interés a lo largo del recorrido. El punto de partida está indicado con un icono verde, indicando el inicio de la ruta. A lo largo del recorrido, los atractivos, como montañas, cascadas y cuevas están marcadas en color amarillo, proporcionando una guía visual clara, para los visitantes.

Asimismo, los puntos de descanso, también representados en color amarillo, proporcionan lugares sugeridos para pausas durante la caminata. Finalmente, el punto de terminación de la ruta está indicado con un icono de color rojo, marcando el final del recorrido propuesto. La aplicación permite visualizar el desnivel de la ruta, con el cual se medirá el esfuerzo físico requerido para completar el trayecto. Lo que se puede observar en la siguiente figura.

Ilustración 13

Estadísticas de la ruta

ESTADÍSTICAS DE LA RUTA

Distancia 10,38 km	Desnivel positivo 671 m
Dificultad técnica Moderado	Desnivel negativo 603 m
Altitud máxima 2.873 m	TrailRank 📍 38
Altitud mínima 2.525 m	Tipo de ruta Solo ida

Tiempo en movimiento

2 horas 29 minutos

Tiempo

6 horas 16 minutos

Coordenadas

1507

Fecha de subida

27 de enero de 2025

Fecha de realización

enero 2025

Fuente: Estadísticas generales. (Realizado por Michael Tenelema, 2025)

3.3.2 Itinerario

Una vez realizado el trazado de la ruta, se elaboró una propuesta de itinerario, este itinerario es flexible y está sujeto a cambios, dependiendo según de condiciones climáticas, el estado de las vías y otros factores imprevistos que puedan surgir.

Itinerario Propuesto (Full Day)

9h00 - Concentración en el Parque Paraíso: Punto de encuentro con el grupo en el Parque Paraíso.

9h40 - Llegada al punto de partida (Auquilula): Nos dirigiremos en transporte hacia la terminal de Auquilula, donde se comenzará con el recorrido.

9h50 - Indicaciones generales para el inicio de la ruta: Indicaciones importantes del guía.

10h00 - Inicio del sendero hacia la Quebrada Oscura: Iniciaremos nuestra caminata a lo largo del sendero junto al río, disfrutando del paisaje natural mientras nos dirigimos hacia la Quebrada Oscura.

10h30 - Llegada a la cascada de la Quebrada Oscura y tiempo libre: Al final del trayecto de la Quebrada Oscura, llegaremos a una cascada. Contaran con tiempo libre para bañarse, tomar fotografías y hacer vídeos.

11h30 - Continuación de la ruta hacia la Cueva del Inca: Seguiremos nuestra ruta junto al río con destino a la Cueva del Inca.

12h00 - Punto de descanso en Toctepamba y tiempo de almuerzo: Se realizará un descanso en Toctepamba. Aquí podrán comprar alimentos y bebidas.

13h00 - Continuación de la ruta por el sendero: Reanudaremos nuestra caminata por el sendero hacia nuestro siguiente destino.

13h30 - Llegada a las Cuevas del Inca y tiempo libre: Exploraremos las Cuevas del Inca. Contaran con tiempo libre para tomar fotografías.

14h00 - Continuación del sendero hacia el Cerro de Mama Tepal: Continuaremos con la caminata hacia el Cerro de Mama Tepal.

16h00 - Llegada y ascenso al mirador de Mama Tepal y tiempo libre: Al llegar al mirador de Mama Tepal, tendremos una vista panorámica de 360 grados del paisaje circundante. Tendrán tiempo libre para tomar fotografías.

17h00 - Retorno al Parque Paraíso y fin del trayecto: Retornó al Parque Paraíso, concluyendo así con la ruta.

3.3.3 Recomendaciones

Para llevar a cabo la siguiente ruta, se recomienda lo siguiente:

Ropa cómoda

Zapatos adecuados para montaña

Ropa extra (en caso de mojarse y deseen cambiarse)

Botas de caucho opcional (en casos de lluvia el suelo puede ponerse muy lodoso)


Protector solar y gafas

Snacks y bebidas para el camino

3.3.4 Recurso infográfico


Se realizó la elaboración de un folleto que sirve como modelo para brindar información a los turistas y visitantes, este cuenta con información necesaria sobre la ruta. En el folleto se puede apreciar distintas imágenes, donde se muestran los atractivos “Quebrada Oscura, Cueva del Inca, Iglesia de Santa Ana y Mamá Tepal”, de la misma manera se muestran datos como, tiempo estimado de la ruta, distancia a recorrer y actividades que se pueden realizar mientras se realiza el recorrido de la ruta.


Ilustración 14
Folleto modelo








AVENTURA

Ruta Santa Ana


 **TIEMPO DE RUTA**
6h (Full Day)

 **Distancia de ruta**
10,38 km

 **Parroquia Santa Ana, cantón Cuenca**

0996558300



Nota: Información básica de la ruta propuesta (Realizado por Michael Tenelema, 2025)

CAPÍTULO IV: DISEÑAR UNA PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA MEDIANTE EL USO DE PLATAFORMAS DIGITALES COMO REDES SOCIALES PARA AUMENTAR LA VISIBILIDAD DE LA RUTA Y ATRAER TURISTAS.

4.1 Introducción

Este capítulo tiene como objetivo principal la promoción de la ruta propuesta. Para lograr una difusión efectiva, en este se plantean diversas estrategias turísticas. Estas estarán orientadas a destacar los atractivos naturales que se encuentran en la ruta, con el objetivo de atraer más visitantes locales y extranjeros. Se debe considerar que la promoción es un elemento clave para incrementar la visibilidad de la ruta y así poder atraer turistas tanto nacionales como extranjeros, para lograr esto se emplearán estrategias digitales a través de redes sociales, marketing de contenido, alianzas estratégicas y la creación de material audiovisual. Sin dejar de lado los principios del turismo sostenible, buscando el desarrollo local sin comprometer el patrimonio natural de la zona, además se analizaron casos de éxito para la promoción digital de rutas turísticas en Ecuador y Latinoamérica para adaptarlas a la realidad de Santa Ana,

4.2 Metodología de la investigación

Según Ayala (2022), para el diseño de estrategias de promoción turística, se realizó una recopilación de información sobre tendencias actuales en marketing digital y un análisis de estrategias empleadas en otras rutas de aventura y naturaleza, utilizando así un enfoque metodológico mixto, el cual consiste en la combinación de métodos cualitativos y cuantitativos, “al unirse ofrecen una más amplia posibilidad y profundidad en los resultados obtenidos, tanto en la corroboración de datos como en su comprensión, al mismo tiempo que se complementan y suplen cada uno las debilidades del otro.

4.2.1. Diagnóstico de la situación actual de la promoción turística de Santa Ana

La parroquia de Santa Ana, actualmente cuenta con diversos tipos de promoción turística. En su página de Facebook, se encuentra poca información turística, ya que la página esta más enfocada en mostrar obras públicas y festividades locales. Sin embargo, esto nos da a entender que el turismo no es prioridad principal, lo que podría estar limitando el alcance de turistas interesados en conocer atractivos de la parroquia.

No obstante, la página web del Gad de Santa Ana ofrece información más detallada de los siguientes atractivos turísticos como la Quebrada Oscura, Cascada de Tasqui y cerro de Mama Tepal. A pesar de que esta plataforma es una herramienta valiosa para los turistas, donde se podrá conseguir información, sobre cómo llegar a los atractivos y descripciones breves de los mismos, esta no menciona un atractivo que se encuentra establecido en la ruta como lo es la Cueva del Inca, convirtiéndola así en una página deficiente.

4.2.2 Análisis del público objetivo

Para el análisis de identifico el perfil de los turistas potenciales y sus preferencias en cuanto al consumo de información turística, con el objetivo de proponer estrategias eficientes. Estos turistas tienden a ser aventureros y amantes a la naturaleza, valorando así experiencias únicas y auténticas, buscando destinos que ofrezcan una combinación de naturaleza y actividades al aire libre

Las plataformas digitales y redes sociales, se han ganado la confianza de los turistas, brindándoles la seguridad de planificar sus viajes por internet, en donde buscan información detallada sobre los destinos, como reseñas fotográficas y recomendaciones de otros viajeros. La facilidad de acceso es importante, así como la posibilidad de interactuar y compartir sus propias experiencias en línea.

4.2.3 Estrategias de promoción

“Las estrategias de promoción son planes que indican cómo será una promoción, dónde y cómo funcionará, y cómo se medirán sus resultados. Deben buscar una ventaja competitiva o “nicho”, proponer un rumbo que ayude a las empresas a lograr sus objetivos” (Sy Corvo, 2022).

4.3 Enfoque de la investigación

En el proyecto se utilizó un análisis documental y de contenido, lo que permitió obtener una mejor comprensión de las percepciones, expectativas y necesidades de los potenciales visitantes que podrían llegar a la parroquia de Santa Ana. Este análisis ayudó a identificar las preferencias y demandas de los turistas, estableciendo una base sólida para diseñar estrategias de promoción y mejorar la experiencia turística de la zona.

El enfoque cualitativo, por su parte, destaca la importancia de implementar encuestas como herramienta para la recolección de datos. Las encuestas nos permitirán obtener información detallada y precisa sobre las características, preferencias y comportamientos de los turistas. A través de este método, se espera recopilar una amplia variedad de datos cuantitativos que proporcionen una visión completa del perfil de los visitantes. Mediante preguntas estructuradas y abiertas, se podrán explorar aspectos como las motivaciones de viaje, las expectativas en cuanto a servicios turísticos y las experiencias previas en destinos similares. La información será esencial para comprender las tendencias y preferencias del mercado, permitiendo un análisis profundo y riguroso.

Con los datos de las encuestas, será posible diseñar estrategias de promoción eficientes y personalizadas para satisfacer las expectativas de los turistas. Los resultados ayudarán a identificar áreas de mejora en la oferta turística y ajustar nuestras estrategias de publicidad para atraer la atención del público.

4.4 Técnicas e instrumentos de investigación

Las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de información fueron análisis de contenido, encuestas y observación de estrategias digitales.

La encuesta se aplicó a personas con interés en turismo de aventura y naturaleza, así como a residentes de la provincia de Azuay y turistas nacionales e internacionales.

4.4.1 Muestreo probabilístico

“El muestreo probabilístico es un método de muestreo (muestreo se refiere al estudio o el análisis de grupos pequeños de una población) que utiliza formas de métodos de selección aleatoria” (Ortega, 2025).

El requisito más importante del muestreo probabilístico es que todos en una población tengan la misma oportunidad de ser seleccionados. Las encuestas probabilísticas tienen por objeto estudiar los métodos para seleccionar y observar una parte que se considera representativa de la población, denominada muestra, con el fin de hacer inferencias sobre el total. La representatividad de una muestra se garantiza con una selección metodológicamente correcta de las unidades de muestreo sujetas a investigación.

4.4.2 Fórmula de muestreo

Cálculo del tamaño de la muestra:

Para calcular el tamaño de la muestra en poblaciones grandes o indefinidas, se utiliza la siguiente fórmula:

- N = Población total (361.524)
- Z = Valor Z correspondiente al nivel de confianza deseado (1.96 para 95% de confianza).
- P = Probabilidad de que ocurra 0,5 (50%)
- Q = Probabilidad de que no ocurra 0,5 (50%)
- E = Margen de error deseado (0,5 para un margen de error del 5%)

En base a la fórmula de muestreo se realizó el siguiente cálculo:

$$\eta = \frac{N * (Z)^2 * P * Q}{(E)^2 * (N - 1) + (Z)^2 * P * Q}$$

$$\eta = \frac{361.524 * (1.96)^2 * 0.50 * 0.50}{(0.05)^2 * (361.524 - 1) + (1.969)^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$\eta = 384.16$$

Para calcular el tamaño de la muestra en la ciudad de Cuenca, se tomó como referencia los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). El censo poblacional de 2022 indica que la ciudad contaba con 361.524 habitantes. Esta información fue muy importante para aplicar la fórmula correspondiente y determinar así el tamaño adecuado de la muestra.

En base a los cálculos, se establece que son necesarias 384 encuestas. Estas aseguran una representación adecuada de la población de Cuenca. La determinación del número de encuestas se basó en criterios estadísticos que consideran el margen de error y el nivel de confianza deseado para el estudio.

La fórmula utilizada para determinar el tamaño de la muestra no solo se puede aplicar a estudios poblacionales grandes, también puede ser aplicada en clubes de senderismo, operadores turísticos y población en general. Al proporcionar una guía sobre el número de encuestas necesarias, la fórmula facilitará el trabajo de estos grupos al permitirles obtener datos representativos y confiables sobre las preferencias, necesidades y comportamientos de sus miembros o clientes.

4.4.3 Población objetivo

La encuesta realizada está dirigida a una población interesada en turismo, residentes locales y turistas nacionales y extranjeros. Con esto se busca abarcar una diversidad de opiniones y experiencias de todos los grupos relevantes, Sin embargo, es difícil determinar el número exacto de personas en esta población debido a la constante

de variabilidad y dinámica de los visitantes, por lo que se asume que la población es infinita.

Al asumir una población infinita, se facilita la aplicación de métodos estadísticos que permiten obtener resultados. A través de este enfoque, buscamos diseñar promociones más efectivas, para atraer y satisfacer a los turistas, mejorando así su experiencia y promoviendo el desarrollo turístico sostenible.

La encuesta aplicada contiene las siguientes preguntas:

Encuesta sobre Estrategias de Promoción Turística para la Ruta de Aventura y Naturaleza en Santa Ana

Instrucciones:

Agradecemos tu participación en esta encuesta. Tus respuestas ayudarán a mejorar la promoción de la ruta turística en Santa Ana. Por favor, selecciona la opción que mejor represente tu opinión.

1. Perfil del encuestado

1.1. Edad:

- Menos de 18 años
- 18 - 25 años
- 26 - 35 años
- 36 - 50 años
- Más de 50 años

1.2. Género:

- Masculino
- Femenino
- Prefiero no decirlo

1.3. ¿Has visitado anteriormente la parroquia Santa Ana?

- Sí
- No

1.4. ¿Con qué frecuencia realizas actividades de turismo de aventura o naturaleza?

- Nunca
- Rara vez (1 vez al año o menos)
- Ocasionalmente (2-5 veces al año)
- Frecuentemente (6 o más veces al año)

2. Fuentes de información sobre destinos turísticos

2.1. ¿Dónde sueles informarte sobre destinos turísticos? (Selecciona hasta 3 opciones)

- Redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok)
- Páginas web especializadas en turismo
- Blogs o artículos de viaje
- Recomendaciones de familiares y amigos
- Agencias de viajes
- Ferias de turismo o eventos
- Otro: _____

2.2. ¿Qué plataforma de redes sociales utilizas con más frecuencia para buscar información turística?

- Facebook
- Instagram
- TikTok
- YouTube
- Otra: _____

3. Percepción sobre la promoción de la ruta

3.1. ¿Te gustaría conocer más sobre la ruta “Quebrada Oscura, Mama Tepal y Cueva del Inca”?

- Sí
- No
- No estoy seguro/a

3.2. ¿Qué tipo de contenido te atrae más al momento de elegir un destino turístico?

- Videos cortos y dinámicos (Reels, TikToks)
- Fotografías de paisajes y actividades
- Experiencias contadas por viajeros o influencers
- Artículos o guías detalladas
- Otro: _____

3.3. ¿Cuáles de las siguientes estrategias te parecen más efectivas para promocionar la ruta? (Selecciona hasta 3 opciones)

- Publicaciones en redes sociales
- Videos promocionales
- Blogs y artículos turísticos
- Alianzas con influencers
- Publicidad pagada en redes sociales y Google
- Eventos o ferias de turismo

4. Intención de visita y recomendaciones

4.1. ¿Considerarías visitar la ruta “¿Quebrada Oscura, Mama Tepal y Cueva del Inca” en el futuro?

- Sí
- No
- No estoy seguro/a

4.2. ¿Qué factores influirían en tu decisión para visitar esta ruta? (Selecciona hasta 3 opciones)

- Facilidad de acceso

- Seguridad del destino
- Promoción y difusión en redes sociales
- Infraestructura turística disponible (hospedaje, restaurantes)
- Recomendaciones de otros viajeros
- Costo del viaje

4.3. Si visitaras la ruta, ¿compartirías tu experiencia en redes sociales?

- Sí, con fotos y videos
- Sí, pero solo con amigos cercanos
- No, prefiero no compartir mis viajes

4.5 Resultados

La propuesta de promoción para la ruta turística de aventura y naturaleza “Quebrada Oscura, Mama Tepal y Cueva del Inca” Parroquia Santa Ana, Cantón Cuenca, Provincia del Azuay, Ecuador, está compuesta de la siguiente forma, análisis de resultados de la encuesta y estrategias.

4.5.1 Análisis de resultados

Es fundamental el análisis de resultados de la encuesta aplicada para la creación de la ruta turística en la parroquia Santa Ana con esto se garantiza el éxito y la sostenibilidad de esta área, así determinaremos los potenciales clientes que consuman la ruta. Por tanto, comprender las motivaciones, expectativas y perfiles de los visitantes es esencial para un diseño, que cumpla con sus necesidades y genere una experiencia memorable.

De la misma manera, es necesario segmentar el mercado turístico, para identificar los nichos específicos interesados en la ruta, como personas amantes de la naturaleza. Para esto, se llevó a cabo una encuesta para identificar al público objetivo y comprender sus preferencias en relación con la futura ruta turística, obteniendo datos clave para su promoción.

A continuación, se presentarán las gráficas de la encuesta realizada:

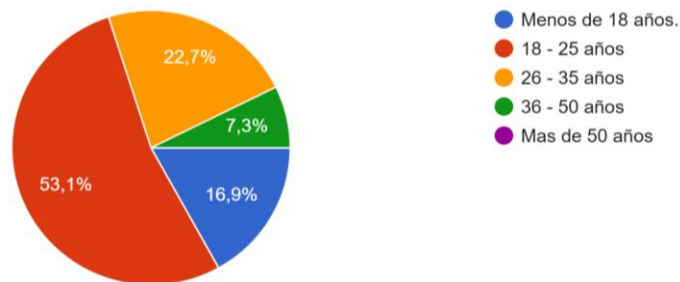
Como muestra la gráfica, la mayor parte del público encuestado con el 53,1% está en un rango de edad de 18 - 25 años, seguido de un 22,7% con rango de edad de 26 -35 años y por último un 16,9% con rango de edad de menos de 18 años. Se puede evidenciar que la mayoría de los encuestados son jóvenes y adultos.

Ilustración 15

Preguntas de la encuesta

1. Perfil de encuestado. 1.1 Edad:

384 respuestas



Nota: Gráfica de la pregunta (Elaboración propia Michael Tenelema)

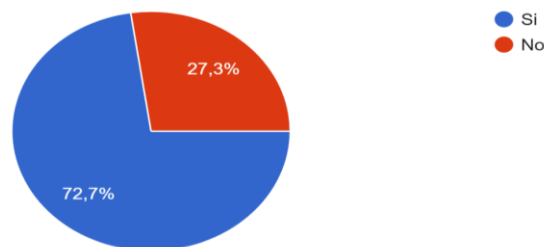
La siguiente gráfica muestra que el 72,7% de los encuestados han visitado anteriormente la parroquia de Santa Ana, favoreciendo esto a la investigación.

Ilustración 16

Preguntas de la encuesta

1.3 ¿Has visitado anteriormente la parroquia de Santa Ana?

384 respuestas



Nota: Gráfica de la pregunta (Elaboración propia Michael Tenelema)

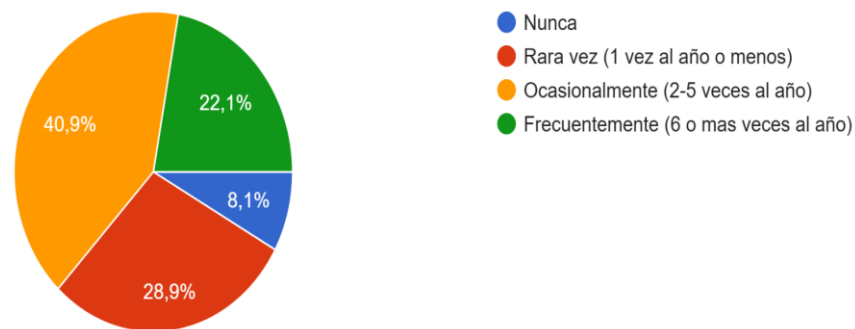
En la encuesta también se consultó con qué frecuencia las personas realizan actividades físicas, dándonos así con un 40,9% que realizan actividad física ocasionalmente (2 - 5 veces al año), seguido de un 28,9% que realizan actividad física rara vez al año (1 vez al año o menos) y con un 22,1% realizan actividad física frecuentemente (6 o más veces al año), dándonos a entender que el estado físico de las personas se encuentra en manera considerable para la realización de la ruta.

Ilustración 17

Preguntas de la encuesta

1.4 ¿Con que frecuencia realizas actividades de turismo de aventura o naturaleza?

384 respuestas



Nota: Gráfica de la pregunta (Elaboración propia Michael Tenelema)

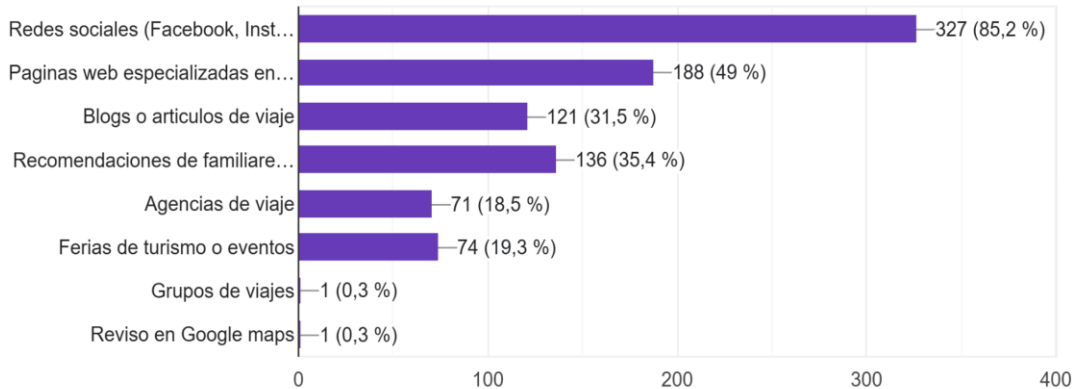
En la siguiente gráfica, se consultó a los encuestados sobre qué fuentes utiliza para recibir información turística, donde el 85,2% selecciono que utilizan las redes sociales como fuente de información, seguido del 49% que pertenece a las páginas web especializadas en turismo y como tercero con un 35,4% de recomendaciones de familiares o amigos, demostrando así que la mayoría del público se encuentra conectado a internet.

Ilustración 18

Preguntas de la encuesta

2. Fuentes de información sobre destinos turísticos. 2.1 ¿Dónde sueles informarte sobre destinos turísticos? (Seleccione hasta 3 opciones)

384 respuestas



Nota: Gráfica de la pregunta (Elaboración propia Michael Tenelema)

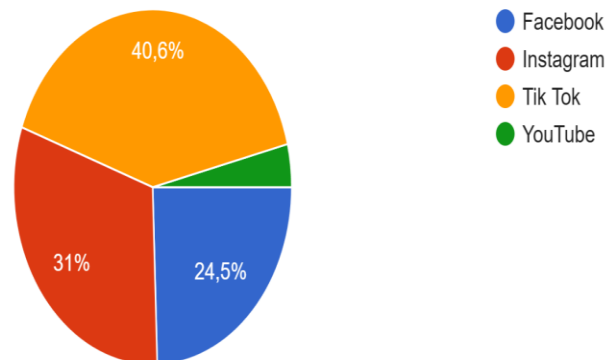
En la siguiente gráfica se observa que la plataforma más utilizada para la búsqueda de información turística es Tik Tok con un 40,6%, seguido de Instagram con un 31% y como tercera Facebook con un 24,5%. entendiéndose así las personas buscan videos informáticos.

Ilustración 19

Preguntas de la encuesta

2.2 ¿Qué plataforma de redes sociales utilizas con mas frecuencia para buscar información turística?

384 respuestas



Nota: Gráfica de la pregunta (Elaboración propia Michael Tenelema)

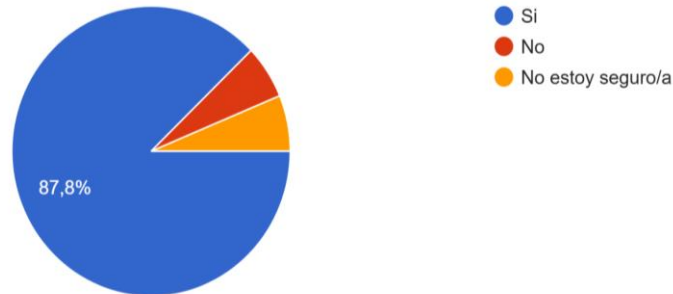
La gráfica muestra que la mayoría de los encuestados con un 87,8% si están interesados en obtener más información sobre la ruta, respuesta que favorece al proyecto.

Ilustración 20

Preguntas de la encuesta

3. Percepción sobre la promoción de la ruta. 3.1 ¿Te gustaría conocer mas sobre la ruta "Quebrada Oscura, Mama Tepal y Cueva del Inca"?

384 respuestas



Nota: Gráfica de la pregunta (Elaboración propia Michael Tenelema)

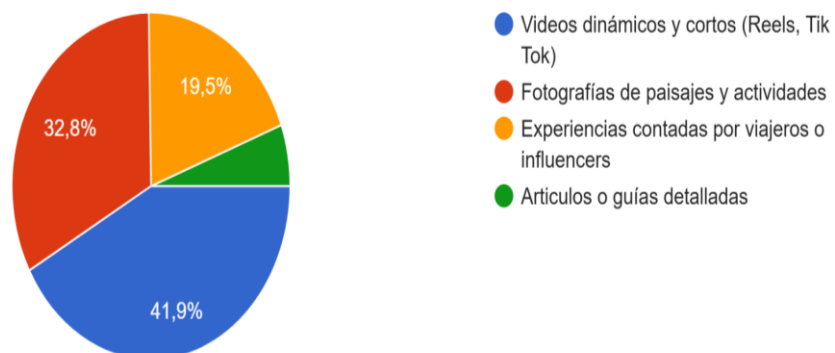
La siguiente gráfica nos indica que el público prefiere videos dinámicos y cortos con un 41,9%, seguido de fotografías de paisajes y actividades con un 32,6% y como tercero las experiencias contadas por viajero o influencers con un 19,5%, este resultado es favorable para el proyecto, ayudando así a dar una buena promoción de la ruta.

Ilustración 21

Preguntas de la encuesta

3.2 ¿Qué tipo de contenido te atrae mas al momento de elegir un destino turístico?

384 respuestas



Nota: Gráfica de la pregunta (Elaboración propia Michael Tenelema)

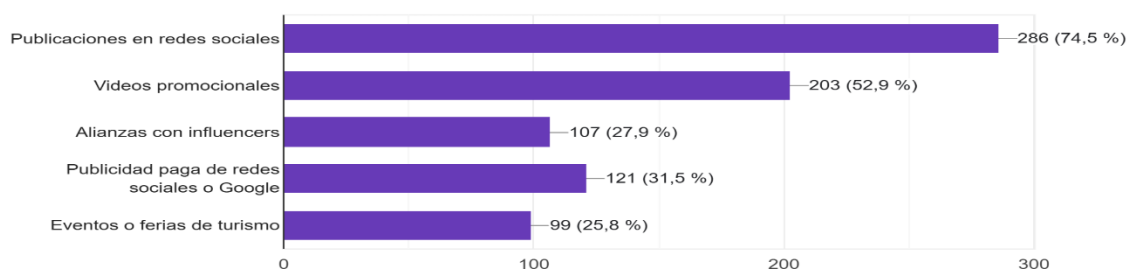
La siguiente tabla, menciona que las estrategias más efectivas para la promoción de la ruta es la publicación en redes sociales con el 74,5%, seguido de los videos promocionales con un 52.9% y como tercera publicidad de paga redes sociales o Google con un 31,5%, tomando en cuenta las tres más votadas de la encuesta para la promoción.

Ilustración 22

Preguntas de la encuesta

3.3 ¿Cuáles de las siguientes estrategias te parecen mas efectivas para promocionar la ruta?
(Seleccione hasta 3 opciones)

384 respuestas



Nota: Gráfica de la pregunta (Elaboración propia Michael Tenelema)

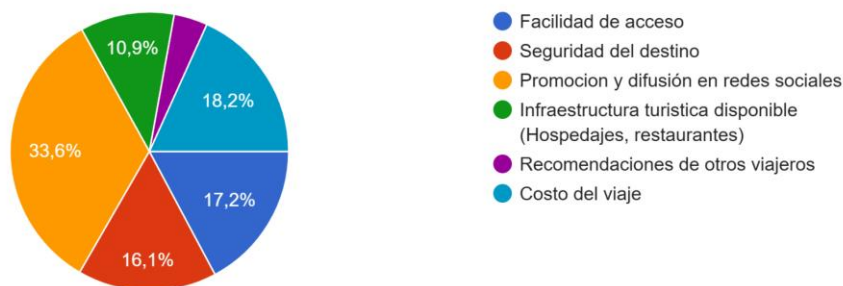
En el gráfico 9, se observa las influencias de las personas para la visita hacia la ruta, eligiendo así con mayoría de votos la promoción y difusión en redes sociales con un 33,6%, como segundo la facilidad de acceso con un 17,2% y como tercero la seguridad del destino con un 16,1%, tomando así en cuenta los tres más elegidos para la promoción.

Ilustración 23

Preguntas de la encuesta

4.2 ¿Qué factores influirían en tu decisión para visitar esta ruta?

384 respuestas



Nota: Gráfica de la pregunta (Elaboración propia Michael Tenelema)

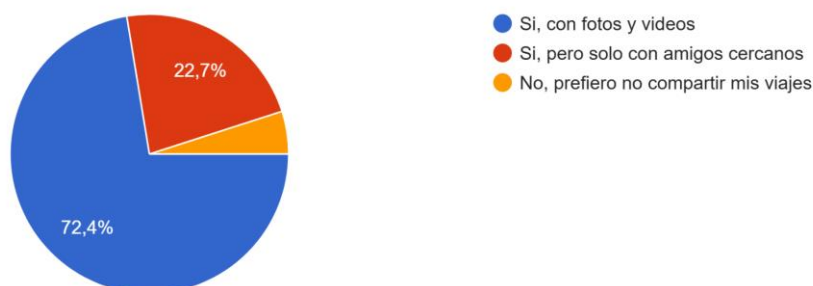
El siguiente gráfico muestra que las personas si compartirán su experiencia con fotos y videos, haciendo visibles así la ruta establecida, atrayendo interés en las demás personas.

Ilustración 24

Preguntas de la encuesta

4.3 Si visitarás la ruta ¿compartirías tu experiencia en redes sociales?

384 respuestas



Nota: Gráfica de la pregunta (Elaboración propia Michael Tenelema)

4.5.2 Estrategias propuestas

A continuación, se proponen las siguientes estrategias basadas en los resultados de la encuesta realizada, con el objetivo de aplicarlas para la promoción del proyecto.

Estrategias	Objetivo	Acciones
1. Creación de una identidad visual y branding de la ruta	Diseño de un logotipo y eslogan representativo de la ruta.	Definición de colores y elementos gráficos para el material promocional.
2. Uso de redes sociales para difusión	Utilización de redes como Facebook, Instagram y Tik Tok.	Planificación de tipo de contenido que se

		compartirá en estas plataformas.
3. Colaboración con influencers y bloggers de viajes	Planificación de contenido.	Creación de video blogs.
4. Desarrollo de página web y o blog	Mejor administración de la página del GAD Santa Ana.	Exhibición de los atractivos propuestos en la página del GAD de Santa Ana.
5. Producción de material audiovisual	Visitas de campo hacia los atractivos turísticos.	Recopilación de material para su producción.
6. Alianzas con operadores turísticos y agencias de viajes	Promoción de la ruta propuesta planteada a agencias de viajes.	Introducción de la ruta propuesta en paquetes turísticos.
7. Campañas de publicidad digital y SEO	Implementación de estrategias de marketing en redes sociales.	Aumentar la visibilidad y atraer tráfico de calidad.
8. Eventos y ferias turísticas.	Promoción de la parroquia de Santa Ana.	Promoción de la ruta de aventura y naturaleza.

4.5.3 Socialización con representantes del GAD de Santa Ana

Por medio de una reunión con los representantes del Gad de Santa Ana, se dio a conocer el proyecto que se está desarrollando y se planificó una reunión con los representantes o presidentes de las comunidades donde se encuentran los atractivos turísticos. El objetivo de esta reunión es informar a las comunidades sobre la implementación del proyecto. Se pretende que las comunidades perciban este proyecto de manera positiva y como una oportunidad de emprendimiento, promoviendo así su

colaboración activa. Así mismo, se espera capacitar a las comunidades para que brinden una calidad bienvenida a los turistas. Esto ayudara a fortalecer la economía local y consolidara la parroquia como un destino turístico atractivo y acogedor.

Ilustración 25

Reunión dirigentes Gad Santa Ana



Nota: Socialización con representantes del Gad de Santa Ana (Realizado por Michael Tenelema, 2025)

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Diálogos junto al Gad de Santa Ana.	X					
Desarrollo del Marco Teórico		X				
Levantamiento de fichas del MINTUR.			X			
Planificación de la ruta propuesta en la parroquia.				X		
Planteamiento de propuestas de promoción para la ruta propuesta.					X	
Revisión del proyecto de titulación						X

CONCLUSIONES

El proyecto tiene como finalidad fortalecer la economía local y fomentar un desarrollo turístico sostenible. La implementación de la ruta, junto con la colaboración y el compromiso de las comunidades, mejorara la oferta turística y garantizara una experiencia enriquecedora para los visitantes, impulsando el crecimiento económico social sostenible en la región.

El primer objetivo se cumplió mediante la aplicación de la metodología establecida por el MINTUR en su “Manual de Atractivos turísticos”, utilizando las fichas MINTUR para la recopilación de información. Este proceso proporciona una visión clara y detallada del estado actual y el potencial de cada atractivo. Estableciendo así una base sólida para la planificación y ejecución de estrategias que promuevan el turismo sostenible en la parroquia.

La información recopilada en este objetivo señala las tres áreas que requieren mejora y desarrollo, con un inventario de los recursos turísticos, se puede priorizar las intervenciones necesarias para mejorar la infraestructura, señalización y servicios, además de diseñar iniciativas que preserven el entorno natural. Este enfoque asegura que las acciones futuras estén bien fundamentadas y alineadas con los objetivos de la sostenibilidad.

El segundo objetivo se logró mediante la implementación de la ruta propuesta. Se consideraron varios factores ecológicos para minimizar el impacto ambiental, la creación de esta ruta reafirma el compromiso con el desarrollo turístico responsable y la protección del patrimonio natural de la parroquia Santa Ana.

En el diseño e implementación de la ruta, se consideraron aspectos como la gestión de residuos, la protección de flora y fauna, promoviendo el uso de materiales ecológicos y estableciendo puntos de descanso que no alteren el equilibrio natural de la

zona. Estas acciones convierten la ruta en una atracción turística y un modelo de turismo sostenible.

Para alcanzar el tercer objetivo, se llevaron a cabo encuestas que fueron fundamentales para conocer las opciones y necesidades de la población, estas encuestas permitieron recopilar datos valiosos que ayudaron a identificar las motivaciones de diferentes grupos y como podrían ser satisfechos a través de la ruta turística propuesta.

Las encuestas tienen un papel crucial en la promoción de la ruta, al interactuar con los encuestados, se generó un mayor interés y conocimiento sobre la propuesta. Lo que aumentó la visibilidad del proyecto. Los datos recopilados ayudarán a una promoción adecuada, ya que proporciona información sobre los medios preferidos por la gente para obtener información turística y el tipo de información que les gustaría recibir, asegurando así que las experiencias ofrecidas cumplan con las expectativas de los turistas. Finalmente, gracias a la socialización realizada en el GAD de Santa Ana, los comuneros y presidentes de cada comunidad obtendrán información del proyecto que se está realizando, promoviendo una colaboración activa.

En conclusión, el proyecto cumplió exitosamente con los objetivos planteados. Estos logros reafirman el compromiso con el desarrollo turístico sostenible, consolidando a Santa Ana como un modelo a seguir y demostrando que es posible desarrollar la industria turística sin comprometer la integridad ambiental de la parroquia.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones planteadas a continuación, están hechas con el objetivo de brindar medidas sostenibles para la elaboración correcta de la ruta. Estas medidas buscan optimizar el aprovechamiento de los recursos naturales, implementar estas recomendaciones permitirá que las ruta ofrezca una experiencia enriquecedora para los visitantes.

A nivel institucional

- Se recomienda que el Gad de Santa Ana pueda brindar apoyo a este tipo de proyectos, ya que aportará con beneficios a la parroquia, impulsando el desarrollo turístico y económico.
- Se recomienda que el Ministerio de Turismo tome en cuenta este tipo de proyectos, dado que tienen el potencial de ser beneficiosos para el país, promoviendo un turismo sostenible y la conservación de recursos naturales.
- Se recomienda que la Fundación de Turismo para Cuenca de una adecuada promoción de estos proyectos, con el objetivo de aumentar el turismo en la ciudad.

A nivel técnico

- Se recomienda la implementación de códigos QR, que proporcionen información detallada de los atractivos establecidos en la ruta propuesta, facilitando el acceso rápido y efectivo a datos relevantes.
- Se recomienda la creación de blogs que anclen y difundan información sobre los atractivos turísticos, generando un espacio accesible para los interesados. Se pretende que los blogs brinden información actualizada de los atractivos.
- Se recomienda la implementación de señalética adecuada, para orientar a los visitantes y mejorar su experiencia. Debido a que estos no cuentan con ningún tipo de señalización, debido a la mala administración de los atractivos.

A nivel teórico

- Se recomienda llevar a cabo una capacitación integral para los habitantes de la parroquia, proporcionando información detallada de los atractivos turísticos. Así se podrá asistir de manera eficiente a los turistas y puedan ayudar a los turistas.
- Se recomienda desarrollar estudios para la promoción eficiente de la ruta propuesta. Estos estudios deben abordar diversas las estrategias propuestas
- que garanticen su correcta ejecución, con un enfoque basado en datos que permitirá identificar las mejores prácticas y adaptar las estrategias a las necesidades y expectativas del público objetivo.
- Se recomienda fomentar estudios a los atractivos turísticos, como la cueva del inca de la cual se tiene muy poca información. Estas permitirán descubrir y documentar la historia y cultura del lugar. Además, estos estudios contribuirán a la conservación del patrimonio local promoviendo el turismo sostenible.

Bibliografías

Acosta, F. (2023, 13 de julio). *Los enfoques de investigación en las Ciencias Sociales*. Revista Latinoamericana Ogmios.

Ayala, M. (2022, 28 de agosto). *Investigación mixta*. Liferder. <https://www.liferder.com/investigacion-mixta/>

Bedón, Q. (2019). *El turismo de aventura: Una influencia positiva en el desarrollo sostenible del sector*. SCIELO, p. 133. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2310-340X2024000100011#B13

Cerro San Luis Ruta Circular. (2024). AllTrails. <https://www.alltrails.com/es/ruta/ecuador/azuay/cerro-san-luis-ruta-circular>

Coyago, R., Gallegos, G., & Parra, M. (2021). *Estrategias de marketing digital para promoción turística*. 593 Digital Publisher CEIT.

Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE). (2012). *Equator Initiative Case Study Series*. https://www.equatorinitiative.org/wp-content/uploads/2017/05/case_1_1363900152.pdf

GAD Santa Ana. (2023). *Turismo en Santa Ana*. GAD Santa Ana. <https://www.santana.gob.ec/turismo/>

Galindo, B., Cristina, L., Bravo, & Arturo. (2008). *Turismo de aventura: Reflexiones sobre su desarrollo y potencialidad en Colombia*. Universidad Externado de Colombia. Turismo y Sociedad.

Hosteltur. (2024, 24 de septiembre). *Turismo en Ecuador en 2024: Un crecimiento sostenido con mirada a la sostenibilidad*.

- https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/033921_turismo-en-ecuador-en-2024-un-crecimiento-sostenido-con-mirada-a-la-sostenibilidad.html
- Las mejores aventuras en África. (s.f.). *Much Better Adventures*.
<https://www.muchbetteradventures.com/magazine/50-of-the-worlds-greatest-adventure-holidays/>
- Las rutas de las cascadas en Baños de Agua Santa. (s.f.). *Explorar Sierra*.
<https://explorsierra.com/blog-turismo/la-ruta-de-las-cascadas-banos-de-agua-santa>
- Manual de Atractivos Turísticos. (2018). https://servicios.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/Manual-de-Atractivos-Turisticos_compressed.pdf
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2019). *Manual de generación de rutas e itinerarios turísticos*.
<https://drive.google.com/file/d/1xc27oZwDZVhof9BKkF18OwlkKwCpHolc/view>
- OMT (Ed.). (2012). *Debate temático: El papel de las rutas turísticas en el fomento del desarrollo y la integración a escala regional*.
<https://drive.google.com/file/d/1xc27oZwDZVhof9BKkF18OwlkKwCpHolc/view>
- Ortega, C. (2025). *Muestreo probabilístico*. QuestionPro.
<https://www.questionpro.com/blog/es/como-realizar-un-muestreo-probabilistico/>
- Pérez Vives, N. M., & Hernández Pérez, I. (2018). *El turismo de naturaleza como actividad socio productiva, vinculada al proceso de gestión del desarrollo local en el municipio Minas de Matahambre*. *Economía y Desarrollo*, 216-231.

- Pololikashvili, Z. (s.f.). *La importancia del turismo en Ecuador: Relevancia económica, social, cultural y ambiental*. Trail Forth Journal. <https://trailforthjournal.com/es/cultura/importancia-del-turismo-ecuador/>
- Portillo, G. (2023, 22 de diciembre). *Turismo de aventura: Qué es, características y actividades*. Ecología Verde. <https://www.ecologiaverde.com/turismo-de-aventura-que-es-caracteristicas-y-actividades-4749.html>
- Rodríguez, A. (2020, 4 de marzo). *Investigación cualitativa: Características, tipos, técnicas, ejemplos*. Lifeder. <https://www.lifeder.com/investigacion-cualitativa/>
- Rutas Turísticas Ecuador. (2010). *Portal de Ecuador al Mundo*. https://decuadoralmundo.com/rutas_turisticas_ecuador.html
- Sy Corvo, H. (2022, 15 de junio). *Estrategias de promoción*. Lifeder. <https://www.lifeder.com/estrategias-de-promocion/>
- Vinces, M. J. (2019). *Propuesta para la creación de una ruta turística deportiva en el cantón de Manta*. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. <https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/2616/1/ULEAM-HT-0062.pdf>

ANEXOS

Anexo 1

Ficha turística MINTUR, Quebrada Oscura

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																			
Código del atractivo:	0	1	0	1	6	4	A	N	0	8	0	5	0	2	0	0	1		
	Provincia	Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo					
1. DATOS GENERALES																			
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																			
Quebrada Oscura																			
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo											
ATRATIVOS_NATURALES				FENÓMENOS_GEOLÓGICOS				QUEBRADA											
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																			
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia											
AZUAY				CUENCA				SANTA ANA											
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número		2.7 Transversal									
EL SALADO				VIA TOCTEPAMBA															
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				click		2.10 Altura (msnm)									
-2.9276023				-78.9277601						2.532,79m									
2.11 Información del administrador																			
a. Tipo de Administrador:				GAD de Santa Ana				b. Nombre de la Institución:				GAD de Santa Ana							
c. Nombre del Administrador:				GAD de Santa Ana				d. Cargo que ocupa:				GAD de Santa Ana							
e. Teléfono / Celular:				(07) 2 851 016/ (07) 2 851 358 / (07) 2 851 251				f. Correo Electrónico:				jo@santana_gob.ec							
Observaciones: texto																			
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																			
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																			
a. Clima:				Templado				b. Temperatura(°C):				17°C		c. Precipitación Pluviométrica (mm):				62 milímetros cúbicos.	
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																			
a. Cultura				b. Naturaleza				c. Aventura											
				<input type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>							
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																			
a. Prístino				b. Primitivo				c. Rústico Natural				d. Rural		e. Urbano					
<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>					
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																			
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención													
		Ingreso		Salida		Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar					
Libre <input checked="" type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		Todos los días del año					
Restringido <input type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto					
Pagado <input type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto					
d. Maneja un sistema de reservas:				<input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:											
e. Precio:				Desde 0.00		Hasta 0.00		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>					
								Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>							
g. Meses recomendables de visita:				Se recomienda visitar el atractivo en épocas no lluviosas, ya que esto puede generar un poco de peligro para los visitantes.															
Observaciones:																			
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																			
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																			
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):												Parroquia de Santa Ana.							
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		1.8 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		de 0:10 h/min		d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:		-2.9276023		Long.:		-78.9277601			
Observaciones: La accesibilidad en auto se da hasta el parqueadero, desde ese punto se sigue un sendero que nos guiara hacia el atractivo.																			
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																			
		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado							
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>		a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>		2°56'08"S 78°55'12"W		2°55'39"S 78°55'34"W		1.8		Asfalto		Bueno							
		b. Segundo orden <input checked="" type="checkbox"/>		2°55'39"S 78°55'35"W		2°55'41"S 78°55'37"W		0.30		Sendero		Regular							

	c. Tercer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto		
Observaciones: Se llega a un punto donde se termina el sendero, donde se sigue el la quebrada pisando piedras y agua, hasta llegar a la cascada.							
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
Observaciones: texto							
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>		Internacional: <input type="checkbox"/>				
Observaciones: texto							
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>		
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique Servicio de transporte, cooperativas de camionetas					
Observaciones: texto							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)	
		Diaría	Semanal	Mensual	Eventual		
Linea 24 AUQUILULA, bus urbano.	Paradas línea 24	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	El bus urbano se lo puede tomar en las paradas de la línea 24 con el letrero descriptivo (AUQUILULA), que suben via al Valle, la ultima parada del bus es la terminal de Auquilula, el cual nos dejaría cerca del atractivo.	
Linea 14 SANTA ANA, bus urbano.	Paradas línea 14	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	El bus urbano se lo puede tomar en las paradas de la línea 14 con el letrero descriptivo (SANTA ANA), que suben via al Valle, la parada donde nos debemos quedamos es Auquilula, el cual nos dejaría cerca del atractivo.	
Coperativas de transporte (camionetas)	Estacion, entrada Santa Ana.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Estas camionetas las podemos encontrar en la entrada a Santa Ana, donde cuentan con una parada.	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
General <input type="checkbox"/>	Discapacidad Física <input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Dicapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input checked="" type="checkbox"/>		
Observaciones: texto							
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input checked="" type="checkbox"/>			
Observaciones: texto							
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input checked="" type="checkbox"/>							
5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>			
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas



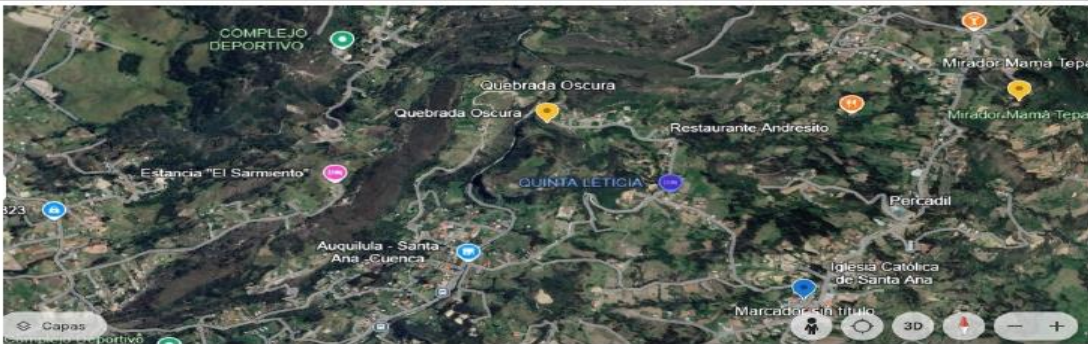
Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones: El alojamiento mas cercano, se encuentra via San Bartolome, tiene el nombre de "Hosteria Ruta al Valle", el cual no consta en el mapa ni en la catastro.						
Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	6	0	0		
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones:						
Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados				
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0			Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0				
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0			Internacionales	<input type="checkbox"/>	0				
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0			Operadoras	<input type="checkbox"/>	0				
Observaciones:					Observaciones:						
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
Observaciones:					Observaciones:						
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>											
Categoría (M)	Tipo (M)			Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)			
								B	R	M	
a. De apoyo a la gestión turística <input checked="" type="checkbox"/>	Punto de Información	<input type="checkbox"/>	0	0			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	I-Tur	<input checked="" type="checkbox"/>	1	2°56'10"S 78°55'12"W	GAD de Santa Ana	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardianía	<input type="checkbox"/>	0	0			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Miradores	<input type="checkbox"/>	0	0			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos	<input type="checkbox"/>	0	0			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	0	0			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>	0	0			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
d. De servicio <input checked="" type="checkbox"/>	Baterías sanitarias	<input checked="" type="checkbox"/>	1	2°56'10"S 78°55'13"W	GAD Santa Ana	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>	0	0			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
e. Otros <input type="checkbox"/>			0	0			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Observaciones:	
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>	
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/> Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input checked="" type="checkbox"/> Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/> Cajero automático <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/> Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>
Especifique:	Especifique: La ciudad mas cercana donde se puede adquirir equipos especializados es en la ciudad de Cuenca.
Observaciones:	
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>	
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>	
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/> b. Alterado <input type="checkbox"/> c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> d. Deteriorado <input type="checkbox"/>	
Observaciones:	
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)	
6.1.1.1 Naturales (M)	6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/> b. Actividades forestales <input type="checkbox"/> c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/> e. Negligencia / abandono <input checked="" type="checkbox"/> f. Huaquearías <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input checked="" type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/> h. Condiciones de uso y exposición <input checked="" type="checkbox"/> i. Falta de mantenimiento <input checked="" type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input checked="" type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input checked="" type="checkbox"/> k. Generación de residuos <input type="checkbox"/> l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/> n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/> o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: El lugar se encuentra conservado, sin embargo los sastes naturales, como su nombre lo menciona, son difíciles de prdecir.
Observaciones:	
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>	
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/> b. Alterado <input type="checkbox"/> c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> d. Deteriorado <input type="checkbox"/>	
Observaciones: texto	
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)	
6.2.1.1 Naturales (M)	6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/> b. Actividades forestales <input type="checkbox"/> c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input checked="" type="checkbox"/> e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/> f. Huaquearías <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/> h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/> i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/> k. Generación de residuos <input type="checkbox"/> l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/> n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/> o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:
Observaciones:	
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>	
a. Declarante: texto	b. Denominación: texto
b. Fecha de declaración: texto	c. Alcance: texto
Observaciones: texto	
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input checked="" type="checkbox"/>	
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>	
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>
Agua: <input type="checkbox"/>	Agua <input checked="" type="checkbox"/>
Especifique: texto	Especifique: En la parroquia de Santa Ana
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>	Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/>
Especifique: texto	Especifique: En la parroquia de Santa Ana
Saneamiento: <input type="checkbox"/>	Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>

Especifique: texto		Especifique: En la parroquia de Santa Ana						
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>						
Especifique: texto		Especifique: En la parroquia de Santa Ana						
Observaciones: Podemos encontrar los servicios basicos en la parroquia de Santa Ana.								
7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>								
Observaciones:								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0			
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>		1			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0			
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0			
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>		0			
Observaciones: En la parroquia de Santa Ana, se podra encontrar el centro de salud								
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	Cantidad			Cantidad				
b. Policía nacional <input type="checkbox"/>								

c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>	Dato	
d. Otra	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:			
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input checked="" type="checkbox"/>
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Satelital <input type="checkbox"/>
Observaciones: Se accede a telefonía celular de las empresas de Movistar, CNT y Claro.			
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>	De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>	
Observaciones:			
7.6 Multiamenazas (M) <input type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>	Sismos <input type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	Incendios forestales <input type="checkbox"/>
Sequía <input type="checkbox"/>	Inundaciones <input type="checkbox"/>	Aguajes <input type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?	<input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento:	Año de elaboración:
Observaciones:			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Año de elaboración: 2016	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Especifique:	
"Diagnóstico de Atractivos Turísticos de la Parroquia Santa Ana, Cantón Cuenca, Cámara de Turismo de Cuenca-2016"			
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Especifique:	
"Diagnóstico de Atractivos Turísticos de la Parroquia Santa Ana, Cantón Cuenca, Cámara de Turismo de Cuenca-2016"			
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Especifique:	
"Diagnóstico de Atractivos Turísticos de la Parroquia Santa Ana, Cantón Cuenca, Cámara de Turismo de Cuenca-2016"			
Observaciones:			
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesca deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/> texto
Observaciones:			
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d Otro <input type="checkbox"/> texto
Observaciones:			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input checked="" type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>
i. Caminata <input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping <input checked="" type="checkbox"/>	k. Pínic <input checked="" type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input checked="" type="checkbox"/>
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Observaciones: Dependiendo el clima y otros factores, se pueden realizar las actividades seleccionadas.	
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input checked="" type="checkbox"/>			

9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input checked="" type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>	
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>	
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>	
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>	g. Fotografía <input checked="" type="checkbox"/>	
j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>	
n. Convivencia <input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input checked="" type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	
Observaciones:			
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)			
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?		SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Especifique: <small>Se encuentra incluido en el "DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA SANTA ANA, CANTÓN CUENCA" pero no se a realizado nada para la promoción turística.</small>
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?		SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>	
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales		Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input checked="" type="checkbox"/>	URL: https://www.santana.gob.ec/turismo/quebrada-oscura/		Ninguna
b. Red Social <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: GAD Santa Ana		Ninguna
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre:		Ninguna
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre:		Ninguna
e. Oficina de Información Turística <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: GAD de Santa Ana.		Ninguna
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre:		Ninguna
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre:		Ninguna
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre:		Ninguna
Observaciones:			
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:			
Observaciones:			
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input checked="" type="checkbox"/>			
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>			
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/>	Años de registro: 0
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:	Ninguna
c. Temporalidad de visita al atractivo			
Alta (meses) <input type="checkbox"/>	Número de visitantes		0
Baja (meses) <input type="checkbox"/>			0
d. Llegada de turistas			
<input type="checkbox"/> Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/> Turista extranjero
Ciudades de origen	texto	0	0
	texto	0	0
	texto	0	0
Países de origen			
texto	0	0	0
texto	0	0	0
Observaciones:			
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>			
Nombre del Informante Clave:		Contactos: (+593)	
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>		Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>	
Lunes a viernes 0	Fines de semana 0	Días feriados 0	Permanente <input type="checkbox"/> Estacional <input type="checkbox"/> Esporádica <input type="checkbox"/> Inexistente <input type="checkbox"/>
Observaciones:			

12. RECURSO HUMANO				SI	NO	S/I
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo		d. Número de personas especializadas en turismo		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):		f. Número de personas capacitadas por temática (M)		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Primaria	Secundaria	Primeros Auxilios	Hospitalidad	Inglés	Alemán	
Tercer Nivel	Cuarto Nivel	Atención al Cliente	Guianza	Francés	Italiano	
Otro	texto	Sensibilización de discapacidades	Otro	Chino	Otro	texto
Observaciones: texto						
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)						
<p>Esta formación rocosa crea un pasillo natural estrecho y alargado que culmina en una chorrera, naciendo a unos 2.5 km del sitio. Durante el recorrido, se puede admirar el esplendor paisajístico y natural de la comunidad. El río Quingeo atraviesa la zona, ofreciendo senderos y la posibilidad de avistar la flora local. Según el clima, los visitantes pueden disfrutar de un baño en la chorrera, que en ocasiones cae con gran fuerza. Es un lugar ideal para conectar con la naturaleza.</p>						
14. ANEXOS						
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)						
						
Fuente:						
b. Ubicación gráfica del Atractivo						
						
Fuente: https://earth.google.com/web/@-2.92863753,-78.93334368,2589.99250721a,3792.10001071d,35y,0h,0t,0r/data=CgRCaggBOgMKATBCAggASgglmbGX2wcQAA						
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)						
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:		
Apellido y Nombre	Michael Fabricio Tenelema Delgado	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre		
Institución	Instituto Superior Sudamericano	Institución		Institución		
Cargo	Estudiante	Cargo		Cargo		
Correo Electrónico	mftenelema@sudamericano.edu.ec	Correo Electrónico		Correo Electrónico		
Teléfono	0996558300	Teléfono		Teléfono		
Firma		Firma		Firma		
Fecha		Fecha		Fecha		

Nota: (Realizado por Michael Tenelema 2025)

Anexo 2
Ficha turística MINTUR Cerro de Mama Tepal

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																										
Código del atractivo:	0	1	0	1	6	4	A	N	0	7	0	1	0	3	0	0	1									
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo											
1. DATOS GENERALES																										
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																										
Cuevas del Inca																										
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo																		
ATRATIVOS_NATURALES				FENÓMENOS_ESPELEOLÓGICOS				CUEVA O CAVERNA																		
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																										
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia																		
AZUAY				CUENCA				SANTA ANA																		
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal			2.6 Número		2.7 Transversal																	
TOCTEPAMBA				VIA TOCTEPAMBA																						
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				Click		2.10 Altura (msnm)																
-2.9087809				-78.9152277						2.532,79 m																
2.11 Información del administrador																										
a. Tipo de Administrador:				GAD Santa Ana				b. Nombre de la Institución:				GAD Santa Ana														
c. Nombre del Administrador:				GAD Santa Ana				d. Cargo que ocupa:				GAD Santa Ana														
e. Teléfono / Celular:				(+593)				f. Correo Electrónico:				jp@santaana.gob.ec														
Observaciones:																										
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																										
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																										
a. Clima:				Templado				b. Temperatura(°C):				17°C		c. Precipitación Pluviométrica (mm):					62 milímetros cúbicos.							
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input type="checkbox"/>																										
a. Cultura				<input type="checkbox"/>				b. Naturaleza				<input checked="" type="checkbox"/>		c. Aventura					<input checked="" type="checkbox"/>							
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																										
a. Prístino				<input checked="" type="checkbox"/>				b. Primitivo				<input type="checkbox"/>		c. Rústico Natural				<input type="checkbox"/>								
d. Rural				<input type="checkbox"/>				e. Urbano				<input type="checkbox"/>														
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																										
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención																				
		Ingreso		Salida		Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar												
Libre		<input checked="" type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/> Todos los días del año.												
Restringido		<input type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>												
Pagado		<input type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>												
d. Maneja un sistema de reservas:				<input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:				Efectivo		<input checked="" type="checkbox"/>		Dinero Electrónico		<input type="checkbox"/>		Depósito Bancario		<input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito		<input type="checkbox"/>
e. Precio:		Desde		0.00		Hasta		0.00		Tarjeta de Crédito		<input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria		<input type="checkbox"/>		Cheque		<input type="checkbox"/>						
g. Meses recomendables de visita:				texto																						
Observaciones: Se recomienda visitar el atractivo en épocas no lluviosas, ya que esto puede hacer que la corriente del río aumente.																										
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO <input checked="" type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																										
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):												Parroquia Santa Ana														
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		5,4		km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		2:00		h/min		d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:		-2.9087809		Long.:		-78.9152277						
Observaciones: La accesibilidad en auto se da hasta la comunidad de Toctepamba, desde este punto se debe seguir un sendero que nos guiará hacia el atractivo.																										
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																										
		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado														
a. Terrestre (M)		<input checked="" type="checkbox"/>		a. Primer orden		<input checked="" type="checkbox"/>		2°56'09"S 78°55'08"W		2°55'17"S 78°54'51"W		0		Asfalto		Bueno										
				b. Segundo orden		<input checked="" type="checkbox"/>		2°55'17"S 78°54'51"W		2°55'08"S 78°54'48"W		0		Lastrado		Regular										

	c. Tercer orden	<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto					
Observaciones: <input type="text"/>											
b. Acuático (U)	<input type="checkbox"/>	Marítimo	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	<input type="text"/>	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	<input type="text"/>	Estado		
	<input type="checkbox"/>	Lacustre	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	<input type="text"/>		Puerto / Muelle de Llegada	<input type="text"/>			
	<input type="checkbox"/>	Fluvial	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	<input type="text"/>		Puerto / Muelle de Llegada	<input type="text"/>			
Observaciones: <input type="text"/>											
c. Aéreo (U)	<input type="checkbox"/>	Nacional:			<input type="checkbox"/>	Internacional:			<input type="checkbox"/>		
Observaciones: <input type="text"/>											
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Bus	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi	<input type="checkbox"/>	e. Moto taxi	<input type="checkbox"/>	f. Teleférico	<input type="checkbox"/>
g. Lancha	<input type="checkbox"/>	h. Bote	<input type="checkbox"/>	i. Barco	<input type="checkbox"/>	j. Canoa	<input type="checkbox"/>	k. Avión	<input type="checkbox"/>	l. Avioneta	<input type="checkbox"/>
m. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique							
Observaciones: <input type="text"/>											
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal			c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)			
				Diaría	Semanal	Mensual	Eventual				
Línea de transporte Cenepa	texto			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Terminal Terrestre Cuenca hasta la parroquia Santa Ana			
Línea 14 SANTA ANA, Bus urbano	texto			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Desde la ciudad de Cuenca línea 14 (SANTA ANA), paradas específicas del transporte público. (Este transporte no llevará al centro de Santa Ana)			
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>											
General	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Física	<input checked="" type="checkbox"/>	Discapacidad Visual	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial	<input type="checkbox"/>	d. No es accesible	<input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="text"/>											
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Señalización de aproximación al atractivo	<input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>			
Observaciones: <input type="text"/>											
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input checked="" type="checkbox"/>											
5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>											
a. En el Atractivo				<input type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado cercano				<input checked="" type="checkbox"/>		
Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas		



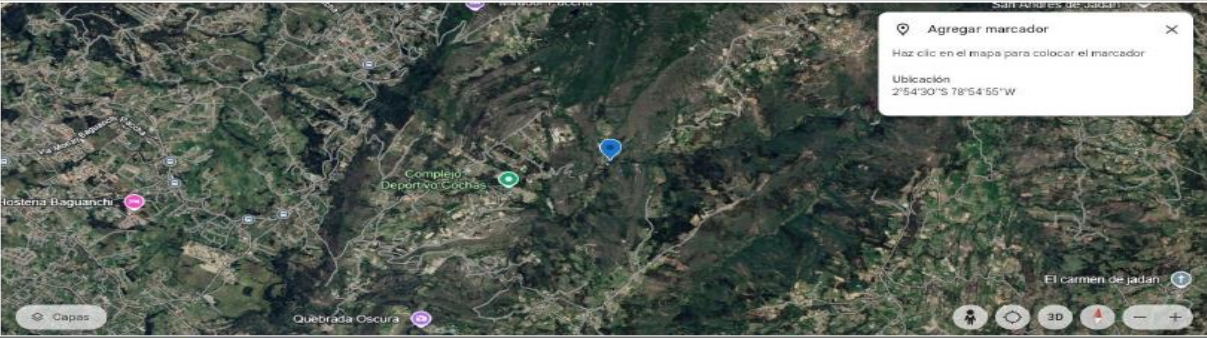
Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>						
Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	6	0	0		
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>						
Agencias de Viaje		<input type="checkbox"/>			Establecimientos registrados	Agencias de Viaje		<input type="checkbox"/>		Establecimientos registrados	
Mayoristas	<input type="checkbox"/>			0	Mayoristas	<input type="checkbox"/>			0		
Internacionales	<input type="checkbox"/>			0	Internacionales	<input type="checkbox"/>			0		
Operadoras	<input type="checkbox"/>			0	Operadoras	<input type="checkbox"/>			0		
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>						
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>						
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input type="checkbox"/>											
Categoría (M)	Tipo (M)			Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)			
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	I-Tur	<input type="checkbox"/>	1	2°56'11"S 78°55'15"W	GAD Santa Ana	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardianía	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Miradores	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e. Otros	<input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

Observaciones:					
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>					
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>		
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>		Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input checked="" type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Especifique:			Especifique: Cajero en el centó de Santa Aan		
Observaciones:					
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>					
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>		
Observaciones:					
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)					
6.1.1.1 Naturales (M)			6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)		
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>		b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>	
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>		e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>	
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>		h. Condiciones de uso y exposición <input checked="" type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>	
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input checked="" type="checkbox"/>		k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>	
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>		n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>	
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:				
Observaciones:					
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>					
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>		
Observaciones:					
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)					
6.2.1.1 Naturales (M)			6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)		
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/>		b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>	
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>		e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>	
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>		h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>	
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>		k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>	
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>		n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>	
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:				
Observaciones:					
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>					
a. Declarante:	b. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:		
Observaciones:					
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
7.1 Servicios Básicos <input type="checkbox"/>					
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>		
Agua: <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: texto		Agua: <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: Parroquia de Santa Ana	
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: texto		Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: Parroquia de Santa Ana	
Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>			Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>		

Especifique: texto		Especifique: Parroquia de Santa Ana						
Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>						
Especifique: texto		Especifique: Parroquia de Santa Ana						
Observaciones: Podemos encontrar servicios basicos en la parroquia de Santa Ana.								
7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>								
Observaciones: El atractivo no cuenta con ningún tipo de señalización.								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0			
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>		1			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0			
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0			
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>		0			
Observaciones: El centro de salud, esta ubicado n la parroqui de Santa Ana.								
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	Cantidad							
b. Policía nacional <input type="checkbox"/>								

c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
d. Otra	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:			
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input checked="" type="checkbox"/>
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Satelital <input type="checkbox"/>
Observaciones: Se accede a telefonía celular de las empresas de Movistar, CNT y Claro.			
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>	De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>	
Observaciones:			
7.6 Multiamenazas (M) <input type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>	Sismos <input type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	Incendios forestales <input type="checkbox"/>
Sequía <input type="checkbox"/>	Inundaciones <input type="checkbox"/>	Aguajes <input type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento:	Nombre del documento:	Año de elaboración:
Observaciones:			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES			SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Año de elaboración:	2016
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Especifique:	
"Diagnóstico de Atractivos Turísticos de la Parroquia Santa Ana, Cantón Cuenca, Cámara de Turismo de Cuenca-2016"			
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Especifique:	
"Diagnóstico de Atractivos Turísticos de la Parroquia Santa Ana, Cantón Cuenca, Cámara de Turismo de Cuenca-2016"			
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Especifique:	
"Diagnóstico de Atractivos Turísticos de la Parroquia Santa Ana, Cantón Cuenca, Cámara de Turismo de Cuenca-2016"			
Observaciones:			
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)			SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesca deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/> texto
Observaciones:			
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d Otro <input type="checkbox"/> texto
Observaciones:			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input checked="" type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>
i. Caminata <input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>	k. Pícnico <input checked="" type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input checked="" type="checkbox"/>
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones: Dependiendo el clima y otros factores, se pueden realizar las actividades seleccionadas.			
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input checked="" type="checkbox"/>			

9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input checked="" type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>	
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>	
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>	
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>	g. Fotografía <input checked="" type="checkbox"/>	
j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías <input checked="" type="checkbox"/>	
n. Convivencia <input checked="" type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input checked="" type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	texto
Observaciones:			
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)			
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? <input checked="" type="checkbox"/>		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Especifique: Se encuentra incluido en el "DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA SANTA ANA, CANTÓN CUENCA" pero no se a realizado nada para la promoción turística.
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? <input checked="" type="checkbox"/>		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales		Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input checked="" type="checkbox"/>	URL: https://www.santana.gob.ec/turismo/quebrada-oscura/		Ninguna
b. Red Social <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: GAD Santa Ana		Ninguna
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre:		Ninguna
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre:		Ninguna
e. Oficina de Información Turística <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: GAD Santa Ana		Ninguna
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre:		Ninguna
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre:		Ninguna
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre:		Ninguna
Observaciones: texto			
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: texto			
Observaciones:			
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input checked="" type="checkbox"/>			
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>			
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input checked="" type="checkbox"/>	Años de registro 0	
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:		
c. Temporalidad de visita al atractivo			
Alta (meses) <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique	texto	Número de visitantes
Baja (meses) <input checked="" type="checkbox"/>		texto	
d. Llegada de turistas			
<input checked="" type="checkbox"/> Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/> Turista extranjero
Ciudades de origen	texto	0	0
	texto	0	0
	texto	0	0
Países de origen	texto	0	0
	texto	0	0
	texto	0	0
Observaciones:			
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>			
Nombre del Informante Clave: texto		Contactos: (+593)	
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>		Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>	
Lunes a viernes 0	Fines de semana 0	Días feriados 0	Permanente <input type="checkbox"/> Estacional <input type="checkbox"/> Esporádica <input type="checkbox"/> Inexistente <input type="checkbox"/>
Observaciones:			

12. RECURSO HUMANO										SI	NO	S/I	
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/>					d. Número de personas especializadas en turismo <input checked="" type="checkbox"/>					0			
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>			f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input type="checkbox"/>			g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M) <input type="checkbox"/>							
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0		
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0		
Otro	texto			Sensibilización de discapacidades	0	Otro	texto		Chino	0	Otro	texto	
Observaciones: texto													
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)													
<p>Cuevas de Changán o Cuevas del Inca, pertenecientes a la comunidad de Toctepamba, a una distancia de 5.4 km aproximadamente del centro parroquial, a unas 2 horas. Para acceder al lugar se llega en auto hasta el centro de la comunidad, luego se debe caminar por el sendero junto al río de Quingeo, el mismo que se debe atravesar varias veces.</p>													
14. ANEXOS													
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)													
													
Fuente: Cuevas del Inca (Realizado por Michael Tenelema)													
b. Ubicación gráfica del Atractivo													
													
Fuente: https://earth.google.com/web/@-2.90196274,-78.91177139,2753.84417312a,3519.73392174d,34.99999993y,354.0461429h,0t,0r/data=CgRCAgZBOGMKATBCAggA5gOI ARAA													
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)													
ELABORADO POR:				VALIDADO POR:				APROBADO POR:					
Apellido y Nombre	Micael Fabricio Tenelema Delgado			Apellido y Nombre				Apellido y Nombre					
Institución	Instituto Superior Sudamericano			Institución				Institución					
Cargo	Estudiante			Cargo				Cargo					
Correo Electrónico	mftenelema@sudamericano.edu.ec			Correo Electrónico				Correo Electrónico					
Teléfono	0996558300			Teléfono				Teléfono					
Firma				Firma				Firma					
Fecha				Fecha				Fecha					

Nota: (Realizado por Michael Tenelema 2025)

Anexo 3

Ficha turística MINTUR Cerro de Mama Tepal

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACION DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																			
Código del atractivo:	0	1	0	1	5	4	A	N	0	1	0	3	0	2	0	0	1		
	Provincia	Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo					
1. DATOS GENERALES																			
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																			
Mama Tepal																			
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo									
ATRATIVOS NATURALES					MONTAÑAS					BAJA MONTAÑA									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																			
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia									
AZUAY					CUEENCA					SANTA ANA									
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal					2.6 Número		2.7 Transversal							
Comunidad Tepal					Via Tepal							Via Toctepamba							
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales)					Click		2.10 Altura (msnm)							
												2892 m							
2.11 Información del administrador																			
a. Tipo de Administrador:					Comunidad de Tepal					b. Nombre de la Institución:		GAD de Santa Ana							
c. Nombre del Administrador:					Roman Matute					d. Cargo que ocupa:		Presidente							
e. Teléfono / Celular:					0993177859					f. Correo Electrónico:		texto							
Observaciones: texto																			
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																			
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																			
a. Clima:					Tropical					b. Temperatura(°C):		17 ° C		c. Precipitación Pluviométrica (mm): 62 mm					
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (ID) <input checked="" type="checkbox"/>																			
a. Cultura					b. Naturaleza					c. Aventura									
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																			
a. Primitivo <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Bístico Natural <input checked="" type="checkbox"/>				d. Rural <input type="checkbox"/>				e. Urbano <input type="checkbox"/>			
3.4 Ingreso al atractivo (ID) <input type="checkbox"/>																			
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención														
		Ingreso	Salida		Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar						
Libre <input checked="" type="checkbox"/>		0:00	0:00		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto						
Restringido <input type="checkbox"/>		0:00	0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto						
Pagado <input type="checkbox"/>		0:00	0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto						
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>					f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>						
e. Precio:		Desde 0.00	Hasta 0.00		Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>										
g. Meses recomendables de visita:					Junio, Julio, Agosto.														
Observaciones: texto																			
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																			
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																			
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicio): SANTA ANA																			
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		1.7	km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:05	h/min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:	731831.02m	Long.:		9676303.71mS					
Observaciones: texto																			
4.2 Vías de Acceso (0) <input checked="" type="checkbox"/>																			
a. Terrestre (0) <input checked="" type="checkbox"/>		Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material		Estado											
		a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0	Asfalto		Bueno											
		b. Segundo orden <input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0	Sendero		Regular											

	c. Tercer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto		
Observaciones: texto							
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
Observaciones: texto							
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>		Internacional: <input type="checkbox"/>				
Observaciones: texto							
4.3 Servicio de transporte (N) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta <input checked="" type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>		
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique					
Observaciones:							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (N) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)	
		Diaria	Semanal	Menstrual	Eventual		
Línea de transporte Cenepa	b. Estación / terminal	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Terminal terrestre Cuenca hasta la parroquia Santa Ana	
Línea 14 SARTA AEA. Bus urbano	b. Estación / terminal	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Desde la ciudad de Cuenca línea 14 (SARTA AEA), paradas específicas del transporte público.	
Trns Progreso	b. Estación / terminal	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Terminal terrestre Cuenca hasta la parroquia Santa Ana	
Línea de transporte 26 Julio	b. Estación / terminal	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Terminal terrestre Cuenca hasta la parroquia Santa Ana	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (N) <input checked="" type="checkbox"/>							
General <input type="checkbox"/>	Discapacidad Física <input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input checked="" type="checkbox"/>		
Observaciones:							
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input checked="" type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input checked="" type="checkbox"/>							
5.1 Planta turística (N) <input type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	
						Número de Plazas	



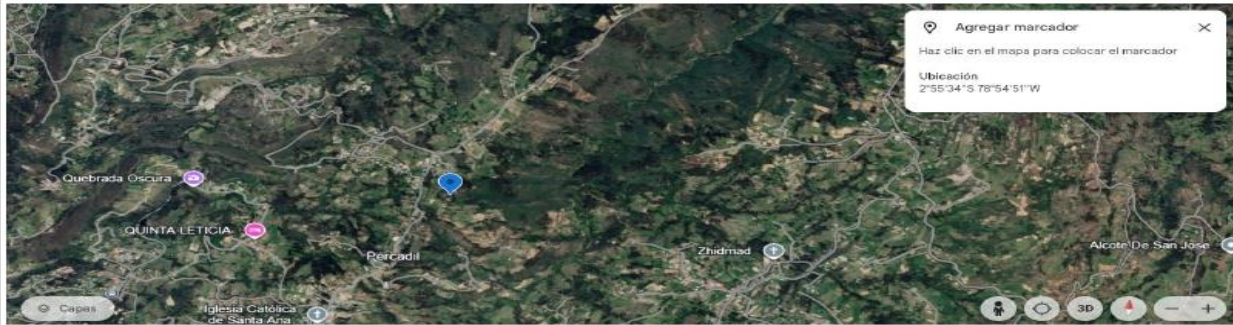
Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: texto					Observaciones: texto						
Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	6	0	0		
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: texto					Observaciones: texto						
Agencias de Viaje		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		Agencias de Viaje		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			
Mayoristas		<input type="checkbox"/>	0		Mayoristas		<input type="checkbox"/>	0			
Internacionales		<input type="checkbox"/>	0		Internacionales		<input type="checkbox"/>	0			
Operadoras		<input type="checkbox"/>	0		Operadoras		<input type="checkbox"/>	0			
Observaciones: texto					Observaciones: texto						
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
Observaciones: texto					Observaciones: texto						
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input type="checkbox"/>											
Categoría (N)		Tipo (N)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal		Estado (D)		
									B	R	X
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	I-Tur		<input checked="" type="checkbox"/>	1	2° 56' 11" S 78° 55' 15" W	GAD Santa Ana	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de interpretación		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de facilitación turística		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Centro de recepción de visitantes		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Garitas de guardianía		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Miradores		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de avistamiento de aves		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Torres de vigilancia para salvavidas		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Senderos		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estaciones de sombra y descanso		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Áreas de acampar		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Refugio de alta montaña		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Baterías sanitarias		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
e. Otros <input type="checkbox"/>	Estacionamientos		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Observaciones:			
5.3 Complementarios a la actividad turística (0) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/>
			Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/>
			Otro <input type="checkbox"/>
Especifique:		Especifique: Cajero en el centro de Santa Ana	
Observaciones:			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
6.1 Atractivo (1) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: Se encuentra un capilla, donde se realizan fiestas.			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (0)			
6.1.1.1 Naturales (0)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (0)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearías <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	e. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input checked="" type="checkbox"/>
d. Flora/fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: Sitio que no se le ha dado la suficiente inversión, para mantenerlo en un estado optimo.		
Observaciones: Sitio que no se le ha dado la suficiente inversión, para mantenerlo en un estado optimo.			
6.2 Entorno (1) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (0)			
6.2.1.1 Naturales (0)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (0)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearías <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	e. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>			
a. Declarante:	b. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:
Observaciones:			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
7.1 Servicios Básicos <input type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Agua: <input type="checkbox"/>		Agua <input checked="" type="checkbox"/>	
Especifique: texto		Especifique: Parroquia de Santa Ana	
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>		Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/>	
Especifique: texto		Especifique: Parroquia de Santa Ana	
Saneamiento: <input type="checkbox"/>		Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>	

Especifique: texto		Especifique: Parroquia de Santa Ana						
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>						
Especifique: texto		Especifique: Parroquia de Santa Ana						
Observaciones:								
7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	U
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	texto							
Observaciones: texto								
7.3 Salud (más cercano) (X) <input type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0			
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>		1			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0			
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0			
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>		0			
Observaciones: El centro de salud, se encuentra ubicado en la Parroquia de Santa Ana.								
7.4 Seguridad (X) <input type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	alle	texto						
b. Policía nacional <input type="checkbox"/>		texto						

c. Policía metropolitana / Municipal	<input checked="" type="checkbox"/>	Público	texto
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto
Observaciones: texto			
7.5 Servicio de comunicación de uso público (0) <input type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Telefonía (0) <input type="checkbox"/>	Conexión a internet (0) <input type="checkbox"/>		Telefonía (0) <input checked="" type="checkbox"/>
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra Óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input checked="" type="checkbox"/>
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Satelital <input type="checkbox"/>
Observaciones: Se accede a telefonía celular de las empresas de Movistar, CBT y Claro.			
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	
De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones: texto			
7.6 Multiamenazas (0) <input type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>	Sismos <input type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	Incendios forestales <input type="checkbox"/>
Sequía <input type="checkbox"/>	Inundaciones <input type="checkbox"/>	Agujeros <input type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?	<input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento.	GAD de Santa Ana
		Nombre del documento:	texto
		Año de elaboración:	0
Observaciones:			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES			SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Año de elaboración: 2016
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?		SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Especifique:
"Diagnóstico de Atractivos Turísticos de la Parroquia Santa Ana, Cantón Cuenca, Comarca de Turismo de Cuenca-2016"			
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Especifique:
"Diagnóstico de Atractivos Turísticos de la Parroquia Santa Ana, Cantón Cuenca, Comarca de Turismo de Cuenca-2016"			
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Especifique:
"Diagnóstico de Atractivos Turísticos de la Parroquia Santa Ana, Cantón Cuenca, Comarca de Turismo de Cuenca-2016"			
Observaciones:			
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)			SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (0) <input checked="" type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (0) <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Iite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesca deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
texto			
Observaciones: texto			
9.1.2 En el Aire (0) <input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d Otro <input type="checkbox"/>
texto			
Observaciones: texto			
9.1.3 En Superficie Terrestre (0) <input type="checkbox"/>			
a. Montavismo <input checked="" type="checkbox"/>	b. Escalada <input checked="" type="checkbox"/>	c. Senderismo <input checked="" type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input checked="" type="checkbox"/>
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input checked="" type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input checked="" type="checkbox"/>
i. Caminata <input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping <input checked="" type="checkbox"/>	k. Picnic <input checked="" type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input checked="" type="checkbox"/>
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones: Dependiendo el clima y otros factores, se pueden realizar las actividades seleccionadas.			
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>			

9.2.1 Tangibles e intangible <input type="checkbox"/>													
a. Recorridos guiados	<input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>								
h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>								
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>								
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>								
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>								
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>								
Observaciones:													
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>													
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (0)													
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: Se encuentra incluido en el "DIAGNOSTICO Y PROPUESTA DE PLAN DE DESARROLLO TURISTICO DE LA PARROQUIA SANTA ANA, CANTON CHECA" pero no se a realizado nada para la promocion turistica.													
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>													
Medio Promocional		Dirección y nombre de los medios promocionales				Periodicidad de la promoción							
a. Página WEB	<input checked="" type="checkbox"/>	URL: https://www.santana.gob.ec/turismo/quebrada-oscura/				Ninguna							
b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: GAD Santa Ana				Ninguna							
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:				Ninguna							
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:				Ninguna							
e. Oficina de Información Turística	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: GAD Santa Ana				Ninguna							
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre:				Ninguna							
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre:				Ninguna							
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre:				Ninguna							
Observaciones: texto													
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: texto													
Observaciones: texto													
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (0) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input checked="" type="checkbox"/>													
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>													
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro: 0													
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes: Ninguna													
c. Temporalidad de visita al atractivo													
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique					Número de visitantes	0					
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>							0					
d. Llegada de turistas													
<input type="checkbox"/> Turista nacional		Llegadas mensuales		Total anual		<input type="checkbox"/> Turista extranjero		Llegadas mensuales		Total Annual			
Ciudades de origen	texto		0	0		Países de origen	texto		0	0			
	texto		0	0			texto		0	0			
	texto		0	0			texto		0	0			
Observaciones:													
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>													
Nombre del Informante Clave: texto					Contactos: (+593)								
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>					Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>								
Inmes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	<input type="checkbox"/>	Estacional	<input type="checkbox"/>	Esporádica	<input type="checkbox"/>	Inexistente	<input type="checkbox"/>
Observaciones:													

12. RECURSO HUMANO										SI	NO	S/I		
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo					0	d. Número de personas especializadas en turismo					0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
e. Número de personas con nivel de instrucción (U):			f. Número de personas capacitadas por temática (U)			g. Número de personas que manejan algún idioma (U)								
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0			
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0			
Otro	texto			Sensibilización de discapacidades	0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto			
Observaciones: texto														
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)														
<p>El cerro "Uama Tepal" es un atractivo turístico ubicado en la comunidad de Tepal, a 1.7km del centro parroquial. Ofrece una vista panorámica de 360° desde su cima, accesible mediante 360 escalones de madera. El lugar es ideal para actividades de senderismo, camping, fotografía paisajística y compartir con familiares y amigos. Cuenta con infraestructura residente y es un sitio de importancia cultural y religiosa, donde se celebran las fiestas tradicionales de la Santa Cruz cada 3 de mayo.</p>														
14. ANEXOS														
a. Archivo Fotográfico (doc) (HD)														
														
Fuente: Vista desde el mirador (Realizado por Michael Tenelema)														
b. Ubicación gráfica del Atractivo														
														
Fuente: https://earth.google.com/web/@-2.92262796,-78.9066211,2598.88770355a,5061.57481126d,34.99999993y,354.04575007h,0t,0r/data=CgRCaggBOgMKAT8CAggA5g0I ARAA														
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)														
ELABORADO POR:				VALIDADO POR:				APROBADO POR:						
Apellido y Nombre	Tenelema Michael			Apellido y Nombre				Apellido y Nombre						
Institución	I. T. S. SUDAMERICANO			Institución				Institución						
Cargo	Estudiante			Cargo				Cargo						
Correo Electrónico	mftenelema@sudamericano.edu.ec			Correo Electrónico				Correo Electrónico						
Teléfono	0996558300			Teléfono				Teléfono						
Firma				Firma				Firma						
Fecha				Fecha				Fecha						

Nota: (Realizado por Michael Tenelema 2025)