

**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA CAÑI, CANTÓN  
COLTA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

**Jorge Daniel Córdova Lliquín**

**TESIS**

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
INGENIERO EN ECOTURISMO**

**ESCUELA SUPERIOR POLIÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

**RIOBAMBA – ECUADOR**

**2012**

**EL TRIBUNAL DE TESIS CERTIFICA QUE:** El trabajo de investigación titulado “PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA CAÑI, CANTÓN COLTA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO” de responsabilidad del señor Egresado: Jorge Daniel Córdova Lliquín, ha sido prolijamente revisada quedando autorizada su presentación.

**TRIBUNAL DE TESIS**

Ing. Christiam Aguirre .....  
DIRECTOR

Ing. Verónica Yopez .....  
MIEMBRO

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

**RIOBAMBA – ECUADOR**

**2012**

Agradezco por el presente trabajo de investigación en primer lugar a Dios por la fuerza y sabiduría que ha puesto en mi, en segundo lugar a mis profesores guías quienes con sus enseñanzas y consejos fueron fundamentales para la realización de esta tesis, también a mi familia y amigos quienes siempre me han apoyado y brindado su respaldo hacia mi persona.

DANIEL CÓRDOVA

Dedico el presente trabajo de investigación que ha servido para cumplir un paso más en mi vida, a mi hijo Daniel Sebastián, quien ha sido la razón para luchar, esforzarse y superarse día con día en buscar de su felicidad y bienestar.

CONTENIDO	PÁGINA
<b>I. <u>PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA CAÑI, CANTÓN COLTA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO</u></b> .....	1
<b>II. <u>INTRODUCCIÓN</u></b> .....	1
<b>A. JUSTIFICACIÓN</b> .....	3
<b>B. OBJETIVOS</b> .....	3
1. <u>Objetivo general</u> .....	3
2. <u>Objetivos específicos</u> .....	4
<b>C. HIPÓTESIS DE TRABAJO</b> .....	4
<b>III.- <u>REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA</u></b> .....	5
<b>A. DESARROLLO SOSTENIBLE</b> .....	5
1. <u>Definición</u> .....	5
2. <u>Pilares del desarrollo sostenible</u> .....	5
3. <u>Características del desarrollo sostenible</u> .....	6
4. <u>Turismo sostenible</u> .....	6
a. Definición.....	6
b. Conciencia turística.....	6
c. Características.....	7
d. Principios.....	8
<b>B. PLANIFICACIÓN TURÍSTICA</b> .....	8
1. <u>Diagnóstico situacional</u> .....	9
a. Definición.....	9
b. Fases del diagnóstico situacional de la zona.....	11
c. Análisis FODA.....	12
d. Análisis ZOOP.....	14
2. <u>Inventario de atractivos turísticos</u> .....	16
a. Definición.....	16
b. Atractivos turísticos.....	17
c. Facilidades turísticas.....	17
d. Etapas para la elaboración del inventario de atractivos.....	18
1) Clasificación de los atractivos.....	18
2) Trabajo de campo.....	18
e. Evaluación y jerarquización.....	19
3. <u>Estudio de mercado</u> .....	19
a. Definición.....	19
b. Análisis de la demanda.....	20
1) Tipos de Demanda.....	20

2) Perfil general.....	20
3) Muestreo.....	21
4) Muestra.....	21
5) Tamaño de la muestra.....	21
c. Análisis de la oferta.....	22
d. Análisis de la competencia.....	22
1) Competencia.....	22
2) Aspectos para el análisis de la competencia.....	23
4. <u>Formulación filosófica</u> .....	23
a. Visión.....	23
b. Misión.....	24
c. Valores.....	24
5. <u>Formulación estratégica</u> .....	24
a. Objetivos.....	24
b. Estrategias.....	25
c. Políticas.....	25
6. <u>Formulación operativa</u> .....	25
a. Definición.....	25
b. Programas.....	26
c. Proyectos.....	27
IV. <u>MATERIALES Y MÉTODOS</u> .....	28
A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.....	28
1. <u>Localización</u> .....	28
2. <u>Ubicación Geográfica</u> .....	28
3. <u>Características climáticas</u> .....	29
4. <u>Clasificación ecológica</u> .....	29
5. <u>Caracterización del suelo</u> .....	30
6. <u>Materiales y equipos</u> .....	30
a. Equipos.....	30
b. Materiales.....	30
B. METODOLOGÍA.....	31
1. <u>Validación del diagnóstico situacional del potencial turístico de la parroquia Cañi</u> .....	31

a. Diagnóstico situacional.....	31
b. Estudio de la oferta.....	31
c. Estudio de la demanda.....	32
d. Confrontación de la oferta y la demanda.....	32
<b>2. <u>Formulación de la planeación filosófica y estratégica del plan de desarrollo turístico de la parroquia Cañi</u>.....</b>	<b>33</b>
a. Análisis Situacional.....	33
1) Identificación y priorización de nudos críticos.....	33
2) Identificación de los factores claves de éxito.....	34
b. Análisis ZOOP.....	34
c. Formulación filosófica.....	34
d. Formulación estratégica.....	35
<b>3. <u>Elaboración de la planeación operativa del plan de desarrollo de la parroquia Cañi</u>.....</b>	<b>35</b>
a. Definición de programas y proyectos.....	35
b. Plan de operatividad.....	35
<b>V. <u>RESULTADOS</u>.....</b>	<b>36</b>
<b>A. VALIDACIÓN DEL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA CAÑI.....</b>	<b>36</b>
<b>1. <u>Diagnóstico situacional</u>.....</b>	<b>36</b>
a. <b>Ámbito físico espacial.....</b>	<b>36</b>
1) Ubicación geográfica.....	36
2) Hidrografía.....	37
3) Geomorfología y edafología.....	38
4) Clima.....	39
5) Amenazas naturales.....	39
b. <b>Ámbito ecológico territorial.....</b>	<b>40</b>
1) Biodiversidad.....	40
a) Flora.....	40
b) Fauna.....	43
c. <b>Ámbito socio cultural.....</b>	<b>44</b>
1) Antecedentes históricos.....	44
2) Población.....	45

3) Servicios básicos.....	47
a) Agua potable.....	47
b) Alcantarillado.....	47
c) Energía eléctrica.....	47
d) Telefonía.....	48
e) Recolección de basura.....	50
4) Salud.....	50
5) Educación.....	50
6) Infraestructura.....	51
a) Infraestructura educativa.....	51
b) Infraestructura social.....	52
1) Vivienda.....	52
c) Infraestructura vial y transportación.....	53
1) Vías.....	53
2) Transportación.....	54
d. <b>Ámbito económico productivo</b> .....	56
1) Población económicamente activa (PEA) .....	56
2) Actividades económicas.....	57
a) Agricultura.....	57
b) Ganadería.....	58
3) Turismo.....	58
e. <b>Ámbito político administrativo</b> .....	58
1) División política.....	58
2) Organización sociopolítica.....	58
3) Organizaciones de base.....	60
2. <b><u>Estudio de la oferta</u></b> .....	61
a. <b>Inventario de atractivos turísticos</b> .....	61
1) Atractivos turísticos naturales.....	61
2) Atractivos turísticos culturales.....	97
3) Cuadro resumen de atractivos turísticos.....	101
4) Declaración de la imagen turística.....	102
5) Mapa de atractivos turísticos de la parroquia Cañi.....	104

b. Catastro de servicios turísticos.....	105
c. Productos turísticos.....	106
d. Oferta sustitutiva.....	107
1) Atractivos turísticos.....	107
2) Servicios básicos.....	108
3) Servicios turísticos.....	108
a) Alojamiento.....	108
b) Alimentación.....	109
c) Guianza.....	109
d) Transporte.....	109
e) Venta de artesanías.....	110
f) Actividades Recreacionales.....	110
4) Productos turísticos.....	110
5) Demanda.....	111
3. <u>Estudio de la demanda</u> .....	111
a. Mercado externo.....	111
b. Mercado interno.....	113
c. Segmentación del mercado .....	114
d. Universo.....	114
e. Cálculo de la muestra.....	115
f. Caracterización de la demanda.....	116
1) Género de los turistas nacionales y extranjeros.....	116
2) Edad de los turistas nacionales y extranjeros.....	117
3) Procedencia de los turistas nacionales y extranjeros.....	119
4) Motivos que incentivaron el viaje de los turistas.....	121
5) Duración del viaje.....	123
6) Conocimiento de la parroquia Cañi.....	125
7) Disposición previa para visitar la parroquia Cañi.....	126
8) Modalidades de turismo preferidas para realizar en la parroquia Cañi.....	127
9) Actividades preferidas que quisieran realizar en la parroquia Cañi.....	129
10) Tiempo promedio de estancia en la parroquia Cañi.....	131
11) Servicios turísticos que le gustaría que oferte la parroquia Cañi....	132

12) Tipo de hospedaje que le gustaría utilizar.....	134
13) Acompañantes para visitar la parroquia Cañi.....	136
14) Método para obtener información de los turistas.....	138
g. Perfil del turista nacional.....	140
h. Perfil del turista extranjero.....	141
i. Resultado de la demanda actual.....	141
4. <u>Confrontación de la oferta y la demanda</u> .....	141
a. Proyección de la oferta sustitutiva.....	141
b. Proyección de la demanda.....	142
c. Confrontación de la oferta y demanda.....	143
<b>B. FORMULACIÓN DE LA PLANEACIÓN FILOSÓFICA Y ESTRATÉGICA DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA CAÑI.....</b>	<b>143</b>
1. <u>Análisis situacional</u> .....	143
a. Análisis FODA.....	144
1) Aplicación de la matriz FODA del territorio.....	144
2) Aplicación de la matriz FODA de los atractivos turísticos.....	145
3) Aplicación de la matriz FODA de la infraestructura básica.....	146
4) Aplicación de la matriz FODA de la infraestructura turística.....	147
5) Aplicación de la matriz FODA de los servicios turísticos.....	148
6) Aplicación de la matriz FODA de la gobernanza turística.....	149
7) Aplicación de la matriz FODA de la demanda.....	150
b. Identificación y priorización de nudos críticos.....	151
c. Identificación de los factores claves de éxito.....	154
2. <u>Análisis ZOOP</u> .....	158
a. Árbol de problemas.....	158
b. Árbol de objetivos.....	159
c. Análisis de alternativas.....	160
d. Análisis de involucrados. ....	161
3. <u>Formulación filosófica</u> .....	163
a. Misión.....	163
b. Visión.....	163
c. Valores.....	163

4. <b><u>Formulación estratégica</u></b> .....	164
a. <b>Objetivos estratégicos</b> .....	164
b. <b>Estrategias</b> .....	165
1) <b>Estrategias de cambio</b> .....	165
2) <b>Estrategias de consolidación</b> .....	166
c. <b>Políticas</b> .....	167
<b>C. ELABORACIÓN DE LA PLANEACIÓN OPERATIVA DEL PLAN DE</b>	<b>168</b>
<b>DESARROLLO DE LA PARROQUIA CAÑI.</b> .....	<b>168</b>
1. <b><u>Definición de programas y proyectos</u></b> .....	<b>168</b>
a. <b>Programa de gestión de servicios básicos encaminados al desarrollo</b>	<b>168</b>
<b>del turismo sostenible de la parroquia Cañi</b> .....	
b. <b>Programa de fortalecimiento de la gobernanza turística en la</b>	<b>175</b>
<b>parroquia Cañi</b> .....	
c. <b>Programa para el desarrollo de la parroquia como un destino</b>	<b>180</b>
<b>turístico</b> .....	
d. <b>Programa de gestión de patrimonio natural y cultural de la parroquia</b>	<b>188</b>
<b>Cañi</b> .....	
2. <b><u>Plan de operatividad</u></b> .....	<b>197</b>
<b>VI. <u>CONCLUSIONES</u></b> .....	<b>203</b>
<b>VII. <u>RECOMENDACIONES</u></b> .....	<b>204</b>
<b>VIII. <u>RESUMEN</u></b> .....	<b>205</b>
<b>IX. <u>SUMMARY</u></b> .....	<b>206</b>
<b>VIII. <u>BIBLIOGRAFÍA</u></b> .....	<b>207</b>
<b>IX. <u>ANEXOS</u></b> .....	<b>209</b>

<b>LISTA DE CUADROS</b>	<b>PÁGINA</b>
Cuadro 1. Ámbitos del diagnóstico situacional.....	25
Cuadro 2. Matriz FODA.....	28
Cuadro 3. Flora de la parroquia Cañi en el ecosistema páramo.....	55
Cuadro 4. Flora de la parroquia Cañi en el ecosistema bosque.....	57
Cuadro 5. Fauna de la parroquia Cañi en el ecosistema de páramo.....	58
Cuadro 6. Fauna de la parroquia Cañi en el ecosistema de bosque.....	59
Cuadro 7. Disponibilidad de telefonía fija.....	64
Cuadro 8. Establecimientos educativos de la parroquia Cañi.....	66
Cuadro 9. Distancias y tiempos aproximados a la parroquia Cañi.....	69
Cuadro 10. Población económicamente activa por actividad económica.....	70
Cuadro 11. Servicio de transporte en la parroquia Cañi.....	71
Cuadro 12. Organizaciones en la parroquia Cañi.....	75
Cuadro 13. Atractivo turístico N° 01.....	76
Cuadro 14. Atractivo turístico N° 02.....	80
Cuadro 15. Atractivo turístico N° 03.....	84
Cuadro 16. Atractivo turístico N° 04.....	88
Cuadro 17. Atractivo turístico N° 05.....	92
Cuadro 18. Atractivo turístico N° 06.....	96
Cuadro 19. Atractivo turístico N° 07.....	100
Cuadro 20. Atractivo turístico N° 08.....	104
Cuadro 21. Atractivo turístico N° 09.....	108
Cuadro 22. Atractivo turístico N° 10.....	112
Cuadro 23. Resumen de los atractivos turísticos naturales y culturales.....	116
Cuadro 24. Resumen de la valoración y jerarquización de los atractivos turísticos establecidos en la parroquia Cañi.....	117
Cuadro 25. Prestadores de servicio turísticos en la ciudad de Riobamba.....	120
Cuadro 26. Prestadores de servicio turísticos en la ciudad de Guaranda.....	121
Cuadro 27. Atractivos turísticos de la oferta complementaria.....	122
Cuadro 28. Productos ofertados por la oferta sustitutiva.....	125
Cuadro 29. Ingreso de turistas al Ecuador por nacionalidad.....	127
Cuadro 30. Universo de estudio nacional y extranjero.....	129
Cuadro 31. Género de turistas nacionales y extranjeros.....	131
Cuadro 32. Edad de turistas nacionales y extranjeros.....	132
Cuadro 33. Lugar de procedencia de los turistas nacionales.....	134
Cuadro 34. Lugar de procedencia de los turistas Extranjeros.....	135
Cuadro 35. Motivos que incentivaron el viaje.....	136
Cuadro 36. Duración del viaje. ....	138
Cuadro 37. Conocimiento de la parroquia Cañi.....	140

Cuadro 38. Disposición previa para visitar la parroquia Cañi.....	141
Cuadro 39. Modalidades de turismo preferidas.....	143
Cuadro 40. Actividades preferidas para realizar.....	144
Cuadro 41. Tiempo promedio de estancia en la parroquia Cañi.....	146
Cuadro 42. Servicios turísticos que le gustaría que oferte la parroquia Cañi.....	148
Cuadro 43. Tipo de hospedaje que le gustaría utilizar en la parroquia Cañi.....	149
Cuadro 44. Acompañantes para visitar la parroquia Cañi.....	151
Cuadro 45. Método para obtener información.....	153
Cuadro 46. Proyección de la oferta sustitutiva.....	157
Cuadro 47. Proyección de la demanda potencial.....	157
Cuadro 48. Confrontación de la oferta y demanda.....	158
Cuadro 49. Matriz FODA aplicada al territorio de Cañi.....	159
Cuadro 50. Matriz FODA aplicada a los atractivos turísticos de Cañi.....	160
Cuadro 51. Matriz FODA aplicada a la infraestructura básica de Cañi.....	161
Cuadro 52. Matriz FODA aplicada a la infraestructura turística.....	162
Cuadro 53. Matriz FODA aplicada a los servicios turísticos de Cañi.....	163
Cuadro 54. Matriz FODA aplicada a la Gobernanza turística.....	164
Cuadro 55. Matriz FODA aplicada a la demanda de Cañi.....	165
Cuadro 56. Matriz de identificación y priorización de nudos críticos.....	166
Cuadro 57. Matriz de identificación y priorización de factores clave de éxito.....	169
Cuadro 58. Análisis de involucrados en el sector turístico de Cañi.....	176
Cuadro 59. Marco lógico del programa 1.....	184
Cuadro 60. Cronograma del programa 1.....	187
Cuadro 61. Presupuesto para el proyecto 1.1.....	188
Cuadro 62. Presupuesto para el proyecto 1.2.....	189
Cuadro 63. Marco lógico del programa 2.....	191
Cuadro 64. Cronograma del programa 2.....	193
Cuadro 65. Presupuesto para el proyecto 2.1.....	194
Cuadro 66. Presupuesto para el proyecto 2.2.....	195
Cuadro 67. Marco lógico del programa 3.....	197
Cuadro 68. Cronograma del programa 3.....	200
Cuadro 69. Presupuesto para el proyecto 3.1.....	201
Cuadro 70. Presupuesto para el proyecto 3.2.....	202
Cuadro 71. Presupuesto para el proyecto 3.3.....	202
Cuadro 72. Presupuesto para el proyecto 3.4.....	203
Cuadro 73. Marco lógico del programa 4.....	205
Cuadro 74. Cronograma del programa 4.....	208
Cuadro 75. Presupuesto para el proyecto 4.1.....	209
Cuadro 76. Presupuesto para el proyecto 4.2.....	209

Cuadro 77. Presupuesto para el proyecto 4.3.....	210
Cuadro 78. Presupuesto para el proyecto 4.4.....	211
Cuadro 79. Plan operativo.....	212

<b>LISTA DE GRÁFICOS</b>	<b>PÁGINA</b>
Grafico 1. Mapa de la parroquia Cañi.....	28
Grafico 2. Mapa de las comunidades de la parroquia Cañi.....	36
Grafico 3. Mapa hidrológico de Cañi.....	37
Grafico 4. Mapa de uso de suelo de Cañi.....	38
Grafico 5. Mapa de uso de suelo de Cañi.....	39
Grafico 6. Mapa de densidad poblacional de Cañi.....	45
Grafico 7. Mapa de autodefinición étnica de Cañi.....	46
Grafico 8. Mapa de acceso a telefonía móvil de Cañi.....	48
Grafico 9. Mapa de acceso a telefonía fija de Cañi.....	49
Grafico 10. Mapa de viviendas de Cañi.....	52
Grafico 11. Mapa de vías carrosables de Cañi.....	53
Grafico 12. Mapa de disponibilidad de transporte en Cañi.....	55
Grafico 13. Mapa de cultivo más importante de Cañi.....	57
Grafico 14. Competencias de los GAD's parroquiales.....	59
Grafico15: imagen turística de Cañi.....	103
Gráfico 16: Atractivos turísticos de la parroquia Cañi.....	104
Gráfico 17: Género de turistas nacionales.....	116
Gráfico 18: Género de turistas extranjeros.....	117
Gráfico 19: Edad de turistas nacionales.....	118
Gráfico 20: Edad de turistas extranjeros.....	118
Gráfico 21: Lugar de procedencia de los turistas nacionales.....	120
Gráfico 22: Lugar de procedencia de los turistas extranjeros.....	121
Gráfico 23. Motivos que incentivaron el viaje turistas nacionales.....	122
Gráfico 24. Motivos que incentivaron el viaje turistas extranjeros.....	123
Gráfico 25. Duración del viaje turistas nacionales.....	124
Gráfico 26. Duración del viaje turistas extranjeros.....	124
Gráfico 27. Conocimiento de la parroquia Cañi turistas nacionales.....	125
Gráfico 28. Conocimiento de la parroquia Cañi turistas extranjeros.....	126
Gráfico 29. Disposición previa para visitar la parroquia turistas nacionales.....	127
Gráfico 30. Disposición previa para visitar la parroquia turistas Extranjeros.....	127
Gráfico 31. Modalidades de turismo preferidas turistas nacionales.....	128

Gráfico 32. Modalidades de turismo preferidas turistas extranjeros.....	129
Gráfico 33. Actividades preferidas para realizar turistas nacionales.....	130
Gráfico 34. Actividades preferidas para realizar turistas extranjeros.....	131
Gráfico 35. Tiempo promedio de estancia en la parroquia turistas nacionales...	132
Gráfico 36. Tiempo promedio de estancia en la parroquia Cañi turistas extranjeros.....	132
Gráfico 37. Servicios turísticos que le gustaría que oferte la parroquia Cañi turistas nacionales.....	133
Gráfico 38. Servicios turísticos en la parroquia Cañi turistas extranjeros.....	134
Gráfico 39. Tipo de establecimiento de hospedaje en la parroquia Cañi turistas nacionales.....	135
Gráfico 40. Tipo de establecimiento de hospedaje en la parroquia Cañi turistas extranjeros.....	136
Gráfico 41. Acompañantes para visitar la parroquia Cañi turistas nacionales.....	137
Gráfico 42. Acompañantes para visitar la parroquia Cañi turistas extranjeros.....	138
Gráfico 43. Método para obtener información turistas nacionales.....	139
Gráfico 44. Método para obtener información turistas extranjeros.....	140
Gráfico 45. Árbol de problemas del sector turístico de Cañi.....	158
Gráfico 46. Árbol de objetivos del sector turístico de Cañi.....	159
Gráfico 47. Análisis de alternativas del sector turístico de Cañi.....	160

<b>LISTA DE FOTOGRAFÍAS</b>	<b>PÁGINA</b>
Foto 1. Río “Pallo” .....	61
Foto 2. Río “Colorado” .....	65
Foto 3. Río “Burryacu” .....	69
Foto 4. Cascada “Libertad” .....	73
Foto 5. Laguna “Tangabana” .....	77
Foto 6. Páramo del “Aichy” .....	81
Foto 7. Bosque de pino “Ambrosio Lasso” .....	85
Foto 8. Bosque “Cashca-Totoras” .....	89
Foto 9. Bosque nublado de Yunguilla .....	93
Foto 10. Piezas Arqueológicas .....	97

<b>LISTA DE ANEXOS</b>	<b>PÁGINA</b>
ANEXO 1: Modelo de Ficha para el Levantamiento de Información de Atractivos Naturales y Culturales.....	209
ANEXO 2: Catastro de prestadores de servicio turísticos de la ciudad de Riobamba.....	213
ANEXO 3: Catastro de prestadores de servicio turísticos de la ciudad de Guaranda.....	225
ANEXO 4: Cuadro para la definición de objetivos estratégicos, políticas y estrategias de los nudos críticos.....	227
ANEXO 5: Cuadro para la definición de objetivos estratégicos, políticas y estrategias de los factores clave de éxito.....	231

# **PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA CAÑI, CANTÓN COLTA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

## **II. INTRODUCCIÓN**

Los esfuerzos aislados que realizan las instituciones que intervienen en la actividad turística no han permitido visualizar un impacto positivo en la mayoría de los territorios, lo que se ve reflejado en los altos índices de pobreza, migración y desnutrición infantil de varias comunidades rurales dejándolas con un deficiente nivel de la calidad de vida. Esto sin duda es consecuencia, entre otras razones, por la falta de una adecuada planificación que no ha permitido una sinergia de esfuerzos sino más bien una duplicación y/o superposición de los mismos.

El turismo a nivel mundial ha tenido una acelerada evolución en comparación con otras actividades económicas, en la actualidad representa un gran dinamizador de la economía de los países, y no solo por los ingresos que ésta acarrea sino también por las plazas de trabajo que genera, además porque si se toma en cuenta el desarrollo sostenible del turismo, se revaloriza la cultura de los pueblos de base, además se tiene presente un sin número de consideraciones para conservar el ambiente y proteger ecosistemas frágiles, sin dejar de lado la rentabilidad económica que debe tener. En España representa el rubro más importante de la economía de la nación, y en otros la actividad turística si bien no es el más importante, ésta se encuentra dentro de los cinco rubros más importantes de la economía de los países.

El Ecuador a pesar de la pequeña extensión de territorio que posee, es uno de los países más megadiversos del mundo, ya que posee la mayor cantidad de especies de flora y fauna por kilómetro cuadrado, está atravesado de norte a sur por la Cordillera de los Andes, horizontalmente por la línea equinoccial o ecuador de la cual se deriva el nombre del país, en nuestras costas convergen las corrientes marinas de Humboldt y

Niño, también posee el archipiélago de Galápagos el cual da muestra de una gran cantidad de especies de flora y fauna y un alto porcentaje de endemismo; pero esta riqueza no se limita solo al aspecto natural sino también al cultural caracterizada por una gran variedad de tradiciones y costumbres que se evidencian en las forma de vida de las diferentes nacionalidades y pueblos del país. Ecuador como país, configura el mejor de los escenarios para desarrollar sosteniblemente la actividad turística.

Cañi es un parroquia perteneciente al cantón Colta ubicada al oeste del mismo, en esta parroquia se confunden los extensos maizales con los bosques andinos y páramos los cuales son fuente de agua dulce y cristalina, el frío de los mismos se contrarresta con la calidez de su gente amable que posee una riqueza cultural que se demuestra en cada una de sus costumbres y tradiciones. En la parroquia Cañi la producción agrícola del maíz, es la actividad económica más importante. La producción pecuaria en cambio, sirve básicamente para el autoconsumo y eventualmente para comercializar, la lejanía con el cantón Colta y Riobamba ha sido determinante para que sus productos se comercialicen en mercados de la provincia de Bolívar; además posee una variedad de ecosistemas y climas que representan un potencial turístico importante.

A partir de la aprobación, a través de referéndum, de la Constitución Política del Ecuador en el año 2008, dio paso a la creación nuevas leyes que establecen una nueva organización del país y que bosquejan un nuevo modelo de desarrollo de la patria, entre las más importantes tenemos Código Orgánico de Organización Territorial Autonomías y Descentralización (COOTAD) que da responsabilidades exclusivas a cada nivel de gobierno; la Ley Orgánica de Participación Ciudadana que institucionaliza la participación individual y colectiva de la ciudadanía, el Plan Nacional de Buen Vivir y con un poco más de anterioridad el PLANDETUR 2020, instrumentos que definen a groso modo la visión a largo plazo del país y el turismo respectivamente; por lo expuesto, el Plan de Desarrollo Turístico de la parroquia Cañi debe ser elaborado dentro de los parámetros de participación, inclusión y descentralización consagrados en

la Constitución Política del Ecuador y demás estamentos legales y con la debida articulación a los planes nacionales de desarrollo.

## **A. JUSTIFICACIÓN**

El cambio político, económico y social que el Ecuador viene desarrollando en los últimos años, fundamentalmente a partir de la aprobación de la Constitución del 2008, ha propiciado un nuevo régimen de desarrollo y de descentralización a nivel del país, región, provincia, cantón y ahora parroquia, a tal punto que el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomías y Descentralización en el artículo 65 literal (a), determina a la planificación del desarrollo local de las parroquias rurales como una competencia exclusiva del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural que antes se las conocía como Juntas Parroquiales y en el literal (d), se entrega la responsabilidad de incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente. Razón por la cual el Gobierno Parroquial de Cañi, se encuentra comprometido con la elaboración, ejecución monitoreo y evaluación del “Plan de Desarrollo Turístico”; tomando en cuenta que con una planificación eficiente y responsable se podrá lograr el desarrollo sostenible del turismo que permita generar ingresos económicos que ayuden a elevar el nivel de calidad de vida de la población de la parroquia sin descuidar la conservación del ambiente y revitalización del patrimonio cultural.

## **B. OBJETIVOS**

### **1. Objetivo general**

- a. Elaborar un plan de desarrollo turístico para la parroquia Cañi del cantón Colta, provincia de Chimborazo.

## **2. Objetivos específicos**

- a.** Validar el diagnóstico situacional del potencial turístico de la parroquia Cañi.
- b.** Formular la planeación filosófica y estratégica para el plan de desarrollo turístico de la parroquia Cañi.
- c.** Elaborar la planeación operativa del plan de desarrollo de la parroquia Cañi.

### **C. HIPÓTESIS DE TRABAJO**

El potencial turístico de Cañi permite la planificación para el desarrollo sustentable de la actividad turística de esta parroquia, orientando de esta manera la promoción de un producto turístico integral.

### **III.- REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA**

#### **A. DESARROLLO SOSTENIBLE**

##### **1. Definición**

La definición de Desarrollo Sostenible emitida por la Comisión Mundial sobre Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas, manifiesta que: surgió como respuesta y alternativa de solución ante los procesos de consumo, producción, falso progreso e industrialización mundial los cuales, a lo largo de los años, han demostrado ser incompatibles e insostenibles con la realidad de un planeta con recursos escasos y limitados el cual no puede suministrar indefinidamente los recursos que esta explotación exige. El Desarrollo Sostenible se entiende como aquel que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. Aporta en la mejora la calidad de vida humana sin rebasar la capacidad de carga de los ecosistemas que lo sustentan. (Rendón, María. 2009. p: 8)

##### **2. Pilares del desarrollo sostenible**

El desarrollo sostenible plantea una visión integral y un enfoque de unión entre los seres humanos, sus actividades y el medio ambiente. Sus propuestas se basan en tres pilares: (Ibid. p:10)

**a. Sostenibilidad ambiental (ecológica):** en donde el desarrollo deberá ser compatible con el mantenimiento de procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los recursos biológicos. (Ibid. p:10)

**b. Sostenibilidad social:** en la cual el desarrollo aportará al ser humano mayor control sobre su vida y será compatible con la cultura y los valores de la población afectada al mismo tiempo que revalorará y fortalecerá la identidad de la comunidad. (Ibid. p:10)

**c. Sostenibilidad económica:** a través de la cual se logrará la eficiencia económica, se distribuirá los beneficios equitativamente y los recursos se ordenarán de manera tal que sirvan también a las generaciones futuras. (Ibid. p:10)

### **3. Características del desarrollo sostenible**

Las características de un desarrollo sostenible consisten en:

- Reconocer la importancia de la naturaleza para el bienestar de la humanidad.
- Buscar formas y desarrollar propuestas para que la actividad económica mantenga o mejore el medio ambiente y los ecosistemas.
- Asegurar que la actividad económica mejore la calidad de vida de todos los sectores, no solo de unos pocos selectos.
- Promover la autosuficiencia regional.
- Usar los recursos de forma eficiente y racional.
- Impulsar el consumo responsable.
- Estimular la educación y fomentar la conciencia ambiental. (Ibid. p: 11)

### **4. Turismo sostenible**

#### **a. Definición**

Turismo sostenible, es aquel que satisface las necesidades actuales de los turistas y de las regiones receptoras, al mismo tiempo que protege e incrementa las oportunidades para el futuro de las localidades en las que se realiza. Es concebido de tal manera que conduzca al manejo de todos los recursos de para que las necesidades ambientales,

económicas y sociales puedan ser satisfechas, manteniendo a la vez la integridad cultural, armonía sistémica, estética, confort, protección de los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que soportan la vida, entre otros elementos. (Ibid. p: 20)

## **b. Conciencia turística**

Es necesario desarrollar una conciencia turística. La conciencia turística es la identificación de la población, en general, con los fines y responsabilidades de la actividad turística. A través de ella los se muestra una actitud positiva hacia los visitantes tanto nacionales como extranjeros. Para fomentarla se requiere realizar una labor educativa, con acciones medibles, constantes y a largo plazo, que busque lograr:

- Un cambio de actitudes y conductas a favor del trato amigable, cálido y personalizado.
- El respeto y la protección del medio ambiente, las tradiciones, las costumbres y la identidad nacional.
- El apoyo al esfuerzo que realizan, tanto el sector público como el privado, por la promoción de inversiones, diversificación de la oferta y desarrollo de la infraestructura. (Ibid. p: 21)

## **c. Características**

El turismo sostenible posee ciertas características que deben ser consideradas tanto en la gestión de destinos como en la de empresas turísticas:

- Comportamiento del visitante que es consciente y de bajo impacto,
- Sensibilidad y aprecio con respecto a las culturas locales y a la diversidad biológica.
- Respaldo a los esfuerzos locales de conservación.
- Beneficios sostenibles para las comunidades locales.

- Participación local en la toma de decisiones.
- Componentes educacionales para el viajero y para las comunidades locales.  
(Ibid. p: 22)

#### **d. Principios**

- Utilizar los recursos en forma sostenible.
- Aplicar tecnologías limpias o amigables.
- Reducir el sobre-consumo y el derroche.
- Mantener y proteger la diversidad natural y cultural.
- Integrar el turismo en la planificación (de corto, mediano y largo plazo).
- Sustener y aportar a la economía local.
- Involucrar las comunidades locales (receptoras, de acogida o negocios comunitarios).
- Propiciar acuerdos consensuados entre los actores involucrados en la actividad turística.
- Contar con personal capacitado y ofrecer opciones de desarrollo profesional.
- Responsabilidad en el marketing turístico.
- Reinvertir en el destino e investigación empresarial. (Gascón, J. & Cañada, E.2005. p: 65)

## **B. PLANIFICACIÓN TURÍSTICA**

La planificación, juega un papel decisivo para el manejo adecuado de los recursos y para garantizar la sostenibilidad de las acciones orientadas al desarrollo turístico.

El enfoque de sostenibilidad busca guiar el desarrollo de la actividad turística, al reconocerla como un fenómeno complejo, con múltiples facetas que involucran la esfera de lo económico, lo socio-cultural y lo ambiental y dar preponderancia tanto a la visión de largo plazo como a la planificación en el ámbito local. El turismo, al realizarse en

entornos geográficos diversos y al ser un sector cuya esencia y razón de ser se basan en las interacciones humanas, requiere de la planificación tanto en el sector público como privado, y a todo nivel. Es importante prestar atención a la integralidad de esta acción y considerar la problemática y los requerimientos de los territorios y los pueblos que los habitan, con todo lo que esto implica. (Hernández, Edgar. 1992. p: 67)

La planificación de la actividad turística bajo el esquema del desarrollo sostenible, implica una nueva forma de imaginar el desarrollo regional, buscando la preservación de los recursos naturales y culturales, el aprovechamiento racional de los mismos, la atención de las necesidades de la población local, la generación de beneficio económico a las localidades derivado de las actividades relacionadas con el turismo, así como generar la satisfacción del turista. (Hall, Michael. 2001, p: 87)

## **1. Diagnóstico situacional**

### **a. Definición**

El diagnóstico del entorno de un área donde se pretende desarrollar un proyecto de turismo pretende responder a las siguientes preguntas:

- ¿Existen en el área seleccionada para el desarrollo del turismo limitaciones importantes?
- ¿El área turística seleccionada tiene potencial para desarrollar el turismo? (Drumm, Andy. 2002. p: 65)

Este análisis consiste en la búsqueda de información a través de mapas topográficos, estudios económicos de las entidades locales regionales y nacionales de planificación y administración, información sobre estadísticas y censos, fotografías aéreas o terrestres, directorios locales y regionales; y oficinas de turismo gubernamentales locales y regionales, entre otras fuentes información referente a los siguientes aspectos:

Cuadro 1. Ámbitos del diagnóstico situacional

ÁMBITOS	INFORMACIÓN A RECABAR
<b>Físico espacial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• División política administrativa (provincia, cantón, parroquia, barrios, comunidad)</li> <li>• Límites</li> <li>• Vías de acceso</li> <li>• Geología</li> <li>• Geomorfología</li> <li>• Orografía</li> <li>• Hidrografía</li> <li>• Edafología</li> </ul>
<b>Ecológico territorial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Condiciones ambientales de la zona (clima, paisaje natural )</li> <li>• Clasificación ecológica</li> <li>• Usos de suelo (tipos, porcentaje, mapas)</li> <li>• Descripción general de flora y fauna especies endémicas o en peligro de extinción (familia, nombre común y científico, usos)</li> <li>• Problemas ambientales</li> </ul>
<b>Socio cultural</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etnicidad (nacionalidad y pueblo)</li> <li>• Historia</li> <li>• Población (Total habitantes, número de familias, distribución por género y edad)</li> <li>• Migración</li> <li>• Nivel de instrucción</li> <li>• Profesión u ocupación</li> <li>• Servicios básicos disponibles (agua, energía, alcantarillado, recolección y tratamiento de desechos)</li> <li>• Vivienda (tipo, propiedad, características)</li> <li>• Salud</li> <li>• Educación (tipo de establecimiento, niveles, número de estudiantes y docentes)</li> </ul>

ÁMBITOS	INFORMACIÓN A RECABAR
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medios de transporte (unidades, frecuencia, precio)</li> <li>• Comunicación</li> <li>• Servicios sanitarios (tipo de baños, letrina, pozo ciego, pozo séptico)</li> <li>• Combustibles utilizados</li> <li>• Abastecimiento de productos</li> </ul>
<b>Económico productivo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividades económicas (tipo, ocupación)</li> <li>• Desarrollo actual del turismo en la zona</li> <li>• Participación o interés de la población en el desarrollo turístico</li> </ul>
<b>Político administrativo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administración interna (organigrama, composición administrativa, funciones)</li> <li>• Asociatividad (organizaciones) Análisis respecto al apoyo público o privado para el desarrollo turístico</li> <li>• Instituciones que trabajan en la zona</li> </ul>

Fuente: Texto básico de Planificación Territorial (TIERRA. P. 2009)

Elaborado por: Daniel Córdova

## **b. Fases del diagnóstico situacional de la zona**

En el diagnóstico se reconocen tres fases metodológicas que están articuladas entre sí como son: el inventario temático, la integración analítica e interpretativa y la síntesis diagnóstica. El inventario temático de información incluye la información primaria recopilada en el campo mediante procedimientos técnicos específicos como: entrevistas de opinión, encuestas por muestreo, censos, mediciones y muestreos de campo. También incluye la información secundaria recopilada a través de fuentes documentales, estadísticas y cartográficas. La información se organiza a través del medio biogeográfico y las condiciones socioeconómicas. El inventario por lo tanto comprende la recopilación, clasificación y análisis de la información básica existente y la generación de información necesaria para cumplir con los fines propuestos. (Ibid. p: 67)

La integración analítica, que significa la elaboración de indicadores para caracterizar la dinámica de procesos relacionados con las condiciones de la unidad socio – territorial. La síntesis interpretativa, que se refiere a jerarquizar los resultados del análisis de los aspectos de la unidad territorial que se estudia. Es importante señalar que para una mayor efectividad de los resultados el diagnóstico debe ser participativo para lograr una forma efectiva de detectar problemas de tipo tecnológico, socio económico, productivo, organizativo y ambiental de las comunidades. Se implementan métodos de comunicación y discusión en grupos con los actores quienes participan en la identificación de sus problemas partiendo de la definición de causas y efectos; de esta manera sea la misma comunidad el principal actor en la identificación de sus problemas y la definidora de alternativas de solución. (Ibid. p: 67)

### **c. Análisis FODA**

El FODA es una herramienta de análisis estratégico, que permite analizar elementos internos o externos de programas y proyectos.

El **FODA** se representa a través de una matriz de doble entrada, llamado **MATRIZ FODA**, en la que el nivel horizontal se analiza los factores positivos y los negativos. En la lectura vertical se analizan los factores internos y por tanto controlables del programa o proyecto y los factores externos, considerados no controlables. Las Fortalezas son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencian al programa o proyecto de otros de igual clase. Las Oportunidades son aquellas situaciones externas, positivas, que se generan en el entorno y que una vez identificadas pueden ser aprovechadas. Las Debilidades son problemas internos, que una vez identificados y desarrollando una adecuada estrategia, pueden y deben eliminarse. Las Amenazas son situaciones negativas, externas al programa o proyecto, que pueden atentar contra

éste, por lo que llegado al caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearla. (Ibid. p: 68)

El FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), es uno de los instrumentos analíticos cuando se trata de evaluar colectivamente procesos internos de una organización o comunidad. También es utilizado con fines de diagnóstico como un instrumento de autoevaluación dentro de un proceso. (INFOMIPYME, 2002. Párrafo 1)

En síntesis:

- Las fortalezas deben utilizarse
- Las oportunidades deben aprovecharse
- Las debilidades deben eliminarse y
- Las amenazas deben sortearse

Cuadro 2. Matriz FODA

<b>FACTORES INTERNOS</b> Controlables	<b>FORTALEZAS (+)</b>	Lo que tenemos de positivo, lo bueno, lo mejor al interior de la organización
	<b>DEBILIDADES (-)</b>	Las limitaciones, lo que nos impide salir adelante como organización, lo negativo al interior de la organización.

FACTORES EXTERNOS No Controlable	OPORTUNIDADES (+)	Lo que podemos conseguir o aprovechar del entorno de fuera de la organización
	AMENAZAS (-)	Lo que puede afectar a la organización desde fuera de la misma, lo que nos acecha, peligros externos.

Fuente: Infomipyme, 2002

Elaborado por: Daniel Córdova

#### d. Análisis ZOOP

El método ZOOP permite formular proyectos planificados orientados a objetivos, el producto del análisis y del trabajo de planificación en su conjunto es un marco lógico del proyecto (Logical Framework): Una matriz de planificación que presenta la estructura básica del proyecto. (ZOOP.2011. Párrafo 1)

ZOPP consiste de elementos que se apoyan mutuamente:

- El método, constituye una guía para el trabajo en el grupo de planificación.
- El enfoque de equipo, como marco de estudio de problemas multisectoriales.
- La visualización, utilizada para registrar las contribuciones individuales de los participantes y los resultados de las discusiones. (Ibid. Párrafo 2)

El método ZOPP es aplicado en el análisis y el trabajo de planeamiento porque la experiencia ha mostrado que la cooperación es más fácil y exitosa cuando los participantes pueden ponerse de acuerdo sobre objetivos que han sido expresados en la forma más clara posible (análisis de objetivos y matriz de planificación del proyecto). Los objetivos sólo pueden ser formulados claramente si las causas y los efectos de los problemas a resolver han sido analizados previamente (análisis de problemas). Los problemas no son hipótesis abstractas, por el contrario, afectan a la población, a grupos sociales e instituciones. Por lo tanto, en forma previa al análisis de problemas, todos los

grupos afectados y sus intereses correspondientes deben ser tomados en cuenta (análisis de la participación). (Ibid. Párrafo 2)

Se efectúa un análisis de objetivos en el que se incluyen también posibles soluciones. Los objetivos del proyecto son resultado de este análisis; mediante la matriz de planificación se ordenan en un esquema de objetivos para el proyecto, teniendo las siguientes características: Coherencia, plausibilidad y realismo. Mediante la matriz de planificación del proyecto, elaborada de esta manera, se obtiene a diferentes niveles: El objetivo del proyecto que aporta al objetivo superior; en forma previa, las actividades realizadas y los resultados/productos alcanzados, los cuales a su vez contribuyen al cumplimiento del objetivo del proyecto (primera columna). Los niveles en la matriz son entrelazados por hipótesis, ellas se basan en las condiciones que rodean al proyecto; a través de la ejecución de actividades y el logro de resultados se produce efectos a nivel del objetivo del proyecto y, en consecuencia, del objetivo superior. (Ibid. Párrafo 3)

Las influencias externas que representan un riesgo para la implementación del proyecto son " supuestos importantes" (cuarta columna). Ellas muestran la dependencia del proyecto con respecto al medio y permiten apreciar y reducir los riesgos que corre el proyecto. Se establecen indicadores para objetivos y resultados/productos (columna 2), éstos se basan en las fuentes de verificación correspondientes (columna 3) y permiten establecer el grado de avance hacia el objetivo. Los indicadores y la especificación de insumos y costos permiten realizar el análisis cuantitativo y el seguimiento del proyecto. El análisis cuantitativo relaciona los objetivos por alcanzar y los fondos e insumos disponibles para este efecto. Los indicadores definen las fases del proyecto y los objetivos parciales que deben cumplirse en los plazos establecidos, de esta forma se permiten un proceso de evaluación y seguimiento. (Ibid. Párrafo 3)

El equipo ZOPP elabora una recomendación que puede aplicarse directamente en la toma de decisiones. Los ejecutores del proyecto pueden determinar los objetivos de la cooperación técnica, estimar los costos y riesgos, así también, planificar con mayor

detalle las contribuciones requeridas de cada una de las partes. El ZOPP que se ha elaborado y aprobado conjuntamente debe ser ajustado y actualizado periódicamente de acuerdo a las experiencias obtenidas. Si se aplica de esta manera, ZOPP facilita el diálogo sistemático entre los participantes en el proyecto sobre los fines y objetivos de la cooperación; es también básico en el proceso de aprendizaje que se desarrolla mediante el análisis de las experiencias conjuntas. Los análisis ZOPP de planificación se efectúan a través de todas las etapas de preparación e implementación del proyecto; su duración, intensidad y grado de participación son variables. (Ibid. Párrafo 3)

Al iniciarse un proyecto, el comentario formal preliminar y examen del proyecto (en el análisis ZOPP) son llevados a cabo por equipos interdisciplinarios, sin embargo, para analizar los resultados del examen del proyecto o para la planificación operativa, replanteo de planes o su actualización el ZOPP debe realizarse en el lugar del proyecto, de común acuerdo entre los participantes en el proyecto. Es muy importante que el equipo de planificación sea interdisciplinario e incluya tanto a afectados por el proyecto como a quienes toman las decisiones. Su participación no sólo es importante para el proceso de planificación, es también un signo del compromiso existente frente al proyecto y por esta razón, una condición para alcanzar el éxito del mismo. (Ibid. Párrafo 3)

## **2. Inventario de atractivos turísticos**

### **a. Definición**

Según la Metodología de Inventario de Atractivos Turísticos MINTUR (2004), es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a conformar la oferta turística del país. Proporcionan información

importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas de desarrollo turístico.

## **b. Atractivos turísticos**

Son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.

Los atractivos turísticos son aquellos elementos sin los cuales es imposible la realización de la actividad turística, los cuales pueden ser tanto de carácter. **Natural** (propios de la naturaleza) como **cultural** (patrimonio humano). (MINTUR. 2004. p: 2)

1) Atractivos naturales: son propios de la naturaleza se les da la categoría de Sitios Naturales y se reconocen los tipos: Montañas, Planicies, Desiertos, Ambiente lacustre, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Fenómenos geológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, sistema de Aéreas Protegidas, etc.

2) Atractivos culturales: Tienen que ver con participación humana. Su categoría es de Manifestaciones Culturales y se reconoce los tipos: Históricos, Etnográficos, Realizaciones técnicas, científicas y artísticas, Acontecimientos Programados, Folklor, Arquitectura, vestimenta, gastronomía, música y danzas, tradiciones, ceremonias, festividades, formas de vida, etc. Los atractivos turísticos de acuerdo a su grado pueden clasificarse en tres categorías básicas. (Ibid. p: 4)

## **c. Facilidades turísticas**

Básicamente, es el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. Refiriéndose a cada una de las diferentes instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo. (Ibid. p: 2)

## **d. Etapas para la elaboración del inventario de atractivos**

### **1) Clasificación de los atractivos**

Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar. Los atractivos se clasifican en dos grupos: SITIOS NATURALES (Montañas, Planicies, Desiertos, Ambientes Lacustres, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de Áreas protegidas) y MANIFESTACIONES CULTURALES (históricas, Etnográficas, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados). Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos. (Ibid. p: 4)

- **Categoría:** Define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza.
- **Tipo:** Son los elementos de características similares en una categoría.
- **Subtipo:** Son los elementos que caracterizan los tipos. (Ibid. p: 4)

### **2) Trabajo de campo**

Consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo. El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demande esta actividad. Es recomendable dirigirse a las oficinas públicas que puedan dotar de información adicional, como Municipios y Consejos Cantonales, Gobernaciones, Casas Parroquiales, así como de informantes locales, y tratar de visitar con alguno de ellos el atractivo, del que se harán al menos cinco fotografías. (Ibid. p: 3)

### **e. Evaluación y jerarquización**

Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente. Los atractivos de acuerdo a la jerarquización que se les ha asignado, deberán responder aproximadamente a la siguiente descripción. (Ibid. p: 3)

**Jerarquía IV.-** Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

**Jerarquía III.-** Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

**Jerarquía II.-** Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

**Jerarquía I.-** Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico. (Ibid. p: 43)

## **3. Estudio de mercado**

### **a. Definición**

El estudio del mercado trata de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico. Por espacio se entiende, como la necesidad que tienen los

consumidores actuales y potenciales de un producto en un área delimitada, también identifican las empresas productoras y las condiciones en que se está suministrando el bien, e igualmente el régimen de formación del precio y de la manera como llega el producto de la empresa productora a los consumidores y usuarios. (Alonso, Marisol. 2006. Párrafo 2)

## **b. Análisis de la demanda**

Es la identificación cuantitativa, a partir de análisis históricos y previsiones de evolución, del tamaño de mercado que requiera la tipología de producto o servicio objeto de su idea. En definitiva, hay que entender cuál es el tamaño y volumen de la demanda, la capacidad de compra de nuestros clientes objetivos, el consumo medio por cliente, las pautas de comportamiento de la demanda, etc. (BACA, G. 2001. p: 17)

### **1) Tipos de Demanda**

La demanda se clasifica en:

- Demanda insatisfecha.- Cuando la demanda total no está debidamente satisfecha es decir en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado. (Hernández, Edgar. 1997. p: 98).
- Demanda satisfecha.- En la cual lo ofrecido al mercado es lo que este requiere. - Satisfecha saturada- la que ya no puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado, pues se está usando plenamente. (Ibid. p: 98)

### **2) Perfil general**

Una de las áreas más interesantes, esclarecedoras y definitivas en un estudio de mercado es aquélla que está referida al perfil general del consumidor. Para fijarlo se

recurre normalmente al proceso de segmentación que consiste básicamente en agrupar por subconjuntos al gran conglomerado de consumidores que conforman la demanda futura, potencial u objetiva. Para dicho agrupamiento se utilizan cinco tipos de variables que son: socioeconómicas geográficas, motivacionales, de hábitos, gastos, preferencias y de personalidad. (Ibid. p: 99)

### **3) Muestreo**

Es una herramienta de la investigación científica. Su función básica es determinar que parte de una realidad en estudio (población o universo) debe examinarse con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población. (Ibid. p: 103)

### **4) Muestra**

En todas las ocasiones en que no es posible o conveniente realizar un censo, lo que hacemos es trabajar con una muestra, entendiendo por tal una parte representativa de la población. Para que una muestra sea representativa, y por lo tanto útil, debe de reflejar las similitudes y diferencias encontradas en la población, ejemplificar las características de la misma. (Ibid. p:99)

### **5) Tamaño de la muestra**

La búsqueda de la información se hace por medio de dos fuentes: primaria y secundaria, en orden inverso, es decir que primero buscamos la información bibliográfica y según las necesidades que se presenten vamos a identificar el tipo e información de campo que vamos a buscar y obtener. Para obtener información primaria nos vamos a centrar en los tipos de variables que se manejará (análisis de la demanda-oferta), depuse identificar el universo y de esta manera se elegirá la muestra.

La muestra se define mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N(P*Q)}{(N-1)\left(\frac{e}{z}\right)^2 + (P*Q)}$$

Donde:

**n** = Tamaño de la muestra

**N** = Universo de estudio

**p** = Probabilidad de ocurrencia

**q** = Probabilidad de no ocurrencia

**e** = Margen de error

**z** = Nivel de confianza

Dependiendo de la clase de información que se va a obtener se dará la distribución de la muestra. Para que la muestra sea significativa debe guardar las características del universo. (Arboleda, G. 1998. p: 33)

### **c. Análisis de la oferta**

Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. (Ibid. p: 34)

### **d. Análisis de la competencia**

#### **1) Competencia**

Son todas aquellas empresas que elaboran y venden lo mismo que usted y la misma clientela de su mercado meta. La competencia es necesaria investigarla y analizarla, para ello debemos recabar información sobre muestra representativa de ella, sobre la competencia es necesario investigar: donde están ubicados, cuántos son, cuántos son

según el tamaño, qué productos ofrecen, quiénes son sus clientes, por qué le compran, qué piensa sus clientes de sus productos, cuáles son sus tácticas y formas de publicidad, cuáles son sus formas de distribución, etc. (Koch, Josefina. 2009. p: 24)

## **2) Aspectos para el análisis de la competencia**

- Localización de la competencia.
- Estacionalidad de la oferta.
- Líneas de productos.
- Capacidad instalada. (Ibid. p: 24)

## **4. Formulación filosófica**

### **a. Visión**

Es la definición de la razón de ser de la organización. Paredes define la visión de futuro como: la declaración amplia y suficiente de donde quiere que su organización este dentro de 3 0 5 años. Es un conjunto de ideas generales que proveen el marco de referencia de lo que una organización es y quiere ser en el futuro. La visión de futuro señala rumbo, da dirección, es la cadena o el lazo que une en la organización el presente y el futuro. Esta describe el carácter y el concepto de las actividades futuras de la organización. La respuesta a la pregunta, ¿qué queremos que sea la organización en los próximos años?, Es la visión de futuro. (García, Adolfo. 1984. p: 23)

### **b. Misión**

La misión organizacional como "una declaración duradera de propósitos que distingue a una institución de otras similares". Es un compendio de la razón de ser de una organización, esencial para determinar objetivos y formular estrategias. Una buena

misión institucional debe reflejar las expectativas de sus clientes. Es el cliente y solo el cliente quien decide lo que es una organización. La misión debe ser básicamente amplia en su alcance para que permita el estudio y la generación de una vasta gama de objetivos y estrategias factibles sin frenar la creatividad de la gente. La misión describe la naturaleza y el campo al cual se dedica la organización, en otros términos la misión está dada por la respuesta a la siguiente pregunta: ¿Para que existe la organización? (Ibid. p: 23)

### **c. Valores**

Los valores son el conjunto de principios, creencias, reglas que regulan la gestión de la organización. Constituyen la filosofía institucional y el soporte de la cultura organizacional. Toda institución implícita o explícitamente tiene un conjunto de valores corporativos, por lo tanto estos deben ser analizados, ajustados o redefinidos y luego divulgados. En resumen, el objetivo básico de la definición de valores corporativos es el de tener un marco de referencia que inspire y regule la vida de la organización. Mediante el liderazgo efectivo, los valores se vuelven contagiosos; afectan los hábitos de pensamiento de la gente. (Ibid. p: 25)

## **5. Formulación estratégica**

### **a. Objetivos**

Es una meta caracterizada por un lapso comparativamente corto y logros específicos medibles, programables, controlables. Es aquello que se pretende alcanzar.

Son metas a alcanzar, derivadas tanto de la visión como de la misión, previamente establecidas. Se caracterizan por estar expresados en un lapso comparativamente corto de tiempo. Existen objetivos generales que engloban todo aquello que se pretende alcanzar y objetivos específicos, que se expresan aún de forma más concreta y puntual

y se derivan del objetivo general. Cada uno de ellos, al ser alcanzado, contribuirá al logro del macro objetivo de la empresa o del negocio turístico. (Ibid. p: 33)

### **b. Estrategias**

Se define como la "determinación de las metas y objetivos básicos a largo plazo de la empresa, junto con cursos de acción y la distribución de recursos necesarios para lograr estos propósitos". Involucra también un proceso racional de planeamiento. La estrategia contiene en sí un plan, un curso de acción conscientemente determinado, una guía (o una serie de guías) para abordar una situación específica. (Ibid. p: 34)

### **c. Políticas**

Las políticas son reglas o guías que expresan los límites dentro de los cuales debe ocurrir la acción. Muchas veces toman la forma de acciones de contingencia para resolver conflictos que existen y se relacionan entre objetivos específicos. Las políticas estratégicas son aquellas que guían a la dirección general y la posición de la entidad y que también determinan su viabilidad. (Ibid. p: 35)

## **6. Formulación operativa**

### **a. Definición**

La planificación es el proceso metódico diseñado para obtener un objetivo determinado. Otras definiciones, más precisas, incluyen. La planificación es un proceso de toma de decisiones para alcanzar un futuro deseado, teniendo en cuenta la situación actual y los factores internos y externos que pueden influir en el logro de los objetivos. (Ibid. p: 53)

La planificación operativa consiste en formular planes a corto plazo que pongan de relieve las diversas partes de la organización. Se utiliza para describir lo que las diversas

partes de la organización deben hacer para que la empresa tenga éxito a corto plazo. Es un instrumento indispensable de teorización y organización, en la cual se deben contemplar todos los detalles para la ejecución de acciones concretas; se debe planificar antes de actuar sobre una situación o problema para poder transformarla. Permite organizar en frecuencia lógica las actividades y las acciones e igualmente visualizar el tiempo requerido para cada una de ellas. Define las funciones y responsabilidades. Contribuye a la preparación de un trabajo consiente, evitando las improvisaciones, unifica criterios en cuanto a objetivos y metas. Prevé la utilización de los recursos: humanos, materiales y equipos. (Ibid. p: 54)

## **b. Programas**

Un programa, en sentido amplio, trata de concretar las líneas generales contenidas en un plan. Un plan, por tanto, está constituido por un conjunto de programas. Y un programa es un conjunto organizado y coherente de servicios que se descompone en varios proyectos de similar naturaleza. (Ordaz y Saldaña, 2006. Párrafo 2)

Un Programa se deriva de un plan y es condición fundamental para hacer realidad los objetivos del mismo. El programa es el elemento indispensable en el cual se encuentran acciones, servicios o procesos organizados sistemáticamente, de manera coherente e integrada, con tiempos y responsables definidos; que se realiza con el fin de alcanzar las metas y objetivos propuestos a través de un conjunto de proyectos. Los programas pueden ser de tipo económico, político, social, cultural, ambiental de infraestructura, etc. De donde se puede concluir que el programa es el elemento fundamental para operar, gestionar, administrar y promover un plan.

De un programa se derivan una serie de proyectos y que estos a su vez tienen su propia conceptualización y es importante conocerla. (Ibid. Párrafo 3)

### **c. Proyectos**

Un proyecto es el propósito de realizar algo y plan que se ha trazado para ello, se define al proyecto como una unidad de actividad de cualquier naturaleza, que requiere para su realización, del uso o consumo inmediato a corto plazo de algunos recursos escasos o al menos limitados (ahorros, divisas, mano de obra calificada, etc.), sacrificando beneficios actuales con el fin de asegurar en un periodo de tiempo mayor, beneficios superiores a los que se obtendrán con el empleo actual, de dichos recursos, sean estos beneficios financieros, económicos o sociales. Cada día más autores le adjudican al proyecto mayor importancia en el proceso de programación y planificación. Así el proyecto es definido hoy en día como la unidad más pequeña de actividad que puede planificarse analizarse y ejecutarse administrativamente, en forma independiente. Se puede considerar como la operación de inversión bien definida para alcanzar ciertos objetivos de desarrollo. La célula básica de cualquier plan de desarrollo está compuesto por proyectos, sin ellos no puede haber ejecución posible de plan alguno. (Ibid. Párrafo 3)

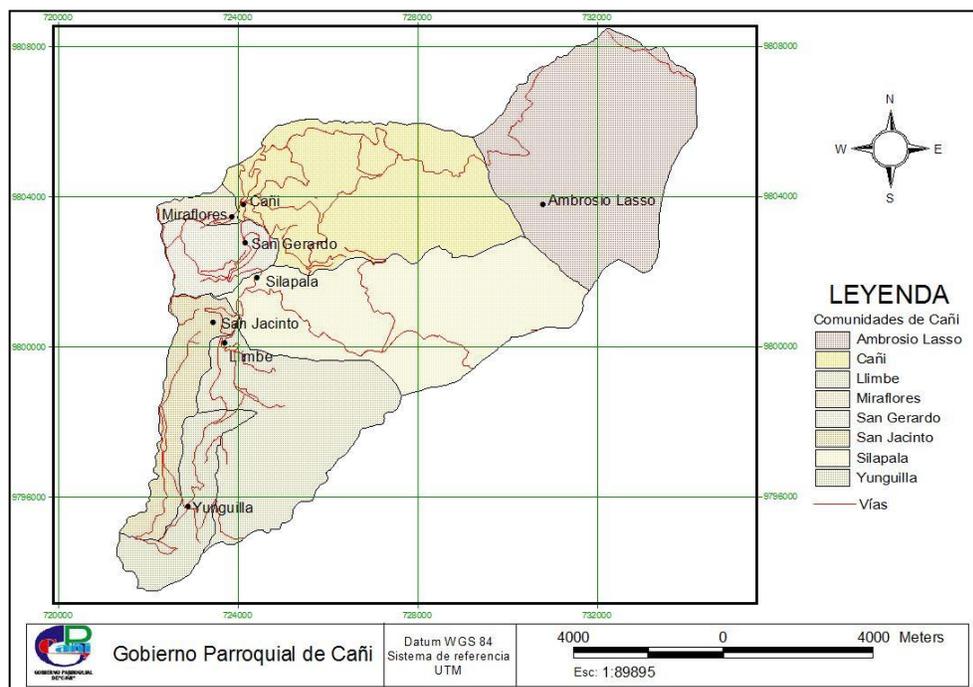
## IV. MATERIALES Y MÉTODOS

### A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

#### 1. Localización

El presente trabajo de investigación se realizará en la parroquia Cañi, cantón Colta en la Provincia de Chimborazo.

Grafico 1. Mapa de la parroquia Cañi



Fuente: PDOT parroquial  
Elaborado por: Daniel Córdova

#### 2. Ubicación Geográfica

Latitud: 01° 46' 27,1" S

Longitud: 78° 59' 30,7" O

Altura: 2760 – 3442 m.s.n.m.

La parroquia Cañi se encuentra asentada al oeste de la provincia de Chimborazo, pertenece al Cantón Colta y se ubica al suroeste del mismo, siendo la parroquia más alejada y más rural del cantón y porque no decir de la provincia de Chimborazo.

**Sus límites son:**

**Norte:** Parroquia de Santiago y San Vicente

**Sur:** Parroquia de Juan de Velasco

**Este:** Villa La Unión

**Oeste:** Cantón San Miguel

**3. Características climáticas**

Según el INAMHI, en el sitio existe un clima ecuatorial mesotérmico semi-húmedo a húmedo. Las temperaturas medias anuales fluctúan entre 12 y 20°C. Las temperaturas máximas no sobrepasan los 30°C y las mínimas rara vez descienden por debajo de 0°C. La humedad varía entre 65 y 85% y la heliofanía varía entre 1 000 y 2000 horas anuales. Las precipitaciones anuales fluctúan entre 500 y 2000 mm y se reparten en dos estaciones lluviosas (febrero a mayo y en octubre-noviembre). La principal estación seca se da de junio a septiembre y la segunda de una duración de aproximadamente tres semanas se sitúa a fines de diciembre. La vegetación natural de esta zona ha sido ampliamente reemplazada por potreros y cultivos (maíz y papas).

**4. Clasificación ecológica**

Rodrigo Sierra (1999) ubica al sitio en los ecosistemas de bosque de neblina montano con un rango altitudinal de entre 1800 y 3000 msnm, y bosque siempreverde montano alto desde los 3000 hasta los 3400 msnm, con una temperatura promedio de 14° C.

## **5. Caracterización del suelo**

Su suelo en la parte baja y media es de tipo húmico de color negro apto para la agricultura, y en la parte alta es arcilloso de color amarillo donde se encuentra abundante bosque.

## **6. Materiales y equipos**

### **a. Equipos**

- Cámara fotográfica
- Computadora personal
- Impresora
- G.P.S.
- Carpa
- Bolsa de dormir
- Aislante

### **b. Materiales**

- Cartas topográficas
- Material de oficina
- Fichas de campo
- Libreta de campo
- Esferográficos
- Lápices
- Borrador
- Tinta correctora
- Baterías recargables

## **B. METODOLOGÍA**

De acuerdo con los objetivos planteados y para el cumplimiento de los mismos, se lo realizó de la siguiente manera:

### **1. Validación del diagnóstico situacional del potencial turístico de la parroquia Cañi**

#### **a) Diagnóstico situacional**

Para la validación del diagnóstico situacional de la parroquia Cañi, se realizaron talleres participativos en cada comunidad de la parroquia para validar y sobre todo para socializar información dentro de los siguientes ámbitos: Físico – espacial; Socio – cultural; Ecológico – territorial; Económico – productivo; y Político – administrativo. Aquí se tuvo la participación de entre 30 y 40 personas por cada uno de los ocho talleres que se realizaron.

#### **b) Estudio de la oferta**

Con el propósito de complementar la línea base acerca del área de estudio se realizó el estudio de la oferta para lo cual se hizo un taller con los habitantes del sector para validar, socializar y/o complementar el inventario de atractivos turísticos que existen en la parroquia Cañi, posteriormente se realizó una salida de campo para inventariar nuevos atractivos turísticos donde se utilizó la metodología propuesta por el MINTUR 2004 que se muestra en el Anexo 1.

Luego se complementó el inventario con información secundaria existente en el Gobierno Parroquial de Cañi y otras fuentes de información como: revistas, guías turísticas, entre otras. Además se realizó un catastro de servicios, y productos turísticos que se oferten en la parroquia Cañi y finalmente se definió la oferta complementaria y/o

sustitutiva tomando en cuenta territorios que posean un desarrollo de la actividad turística más elevado y además que tengan líneas de productos similares a los que podría ofertar la parroquia Cañi en un futuro, el análisis se lo realizó tomando en cuenta cada uno de los elementos del sistema turístico los cuales son: atractivos y actividades, infraestructura básica, planta turística y superestructura.

### c) Estudio de la demanda

Para cumplir con este elemento de la línea base se determinó el universo de estudio para lo cual tomamos en cuenta variables demográficas y psicográficas orientadas a determinar las preferencias de la demanda tanto nacional como extranjera; luego se calculo la muestra para aplicar el instrumento (encuesta) a los visitantes, se realizó la caracterización de la demanda y por último se obtuvo los perfiles del turista nacional y extranjero. Para el cálculo de la muestra se utilizó la formula de Canavos:

$$n = \frac{N.(p.q)}{(N-1)\left(\frac{e}{k}\right)^2 + (p.q)}$$

Donde:

**N** = Universo

**p** = 0.5 Probabilidad ocurrencia un evento

**q** = 0.5 Probabilidad de no ocurrencia de un evento

**n** = Tamaño de muestra

**e** = 10% Margen de error

**k** = 2% Constante de corrección

### d) Confrontación de la oferta y la demanda

Por último se realizó la confrontación de la oferta vs. la demanda para lo cual se proyectó tanto la oferta como la demanda utilizando la fórmula del incremento

compuesto, posteriormente se determinó la demanda potencial, demanda insatisfecha y la demanda objetiva. La fórmula del incremento compuesto se detallado a continuación:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

Donde:

C<sub>n</sub>= año a proyectar

C<sub>o</sub>= es el año base

i= tasa de crecimiento del turismo (6%)

n= número correspondiente al año a proyectar

## **2. Formulación de la planeación filosófica y estratégica del plan de desarrollo turístico de la parroquia Cañi**

### **a. Análisis Situacional**

Se aplicó la herramienta FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), en cada uno de los componentes del sistema turístico, con el fin de conocer todos los factores sean estos, positivos o negativos que intervienen directa o indirectamente en el desarrollo turístico del sector.

#### **1) Identificación y priorización de nudos críticos**

La identificación de los nudos críticos se realizó con los resultados obtenidos al aplicar la herramienta FODA, y fueron establecidos a partir de las debilidades y amenazas encontradas en cada componente del sistema turístico. Luego se priorizó los nudos críticos utilizando una tabla de valores dependiendo el grado de dificultad, impacto y duración, otorgando un valor de tres si la consideración es alta y un valor mínimo de uno cuando la consideración sea baja.

## **2) Identificación de los factores claves de éxito**

La identificación de los factores claves de éxito se realizó de acuerdo a los resultados obtenidos al aplicar la herramienta FODA, y fueron establecidos a partir de las fortalezas y oportunidades encontradas en cada componente del sistema turístico, calificando variables como calidad, productividad y exclusividad, al igual que en la valoración de los nudos críticos se otorgó una calificación de tres, dos o uno cuando la consideración objeto de análisis es alta, media o baja respectivamente.

### **b. Análisis ZOOP**

Se realizó un taller participativo en el que se definió la problemática que aqueja a la parroquia en el sector turístico, se elaboró el árbol de problemas donde consta el problema principal, las causas y efectos; luego se realizó el árbol de objetivos el cual se logró cambiando las situaciones negativas o problemas a un escenario positivo, posteriormente se elaboró el análisis de alternativas de donde podremos tomar lineamientos para la elaboración de programas y por último el análisis de involucrados para determinar a todas las entidades e instituciones que podrían tener incidencia directa o indirecta en el desarrollo turístico de la parroquia ligados básicamente al financiamiento del mismo.

### **c. Formulación filosófica**

Partiendo de la información que se obtuvo en los puntos anteriores se determinó la misión y visión de la parroquia en torno al desarrollo de la actividad turística de la parroquia, además los valores que tendrá el accionar de la parroquia en el transcurso del proceso de desarrollo de la actividad turística.

#### **d. Formulación estratégica**

Finalmente se definió los objetivos estratégicos; estrategias de cambio correspondientes a cada uno de los nudos críticos, estrategias de consolidación y competitivas para los factores claves de éxito y así lograr el fortalecimiento el turismo sostenible en la parroquia, además de las políticas de desarrollo de la parroquia.

### **3. Elaboración de la planeación operativa del plan de desarrollo de la parroquia Cañi**

#### **a. Definición de programas y proyectos**

Para cumplir con este objetivo se tomó como fundamento el análisis ZOOP que se realizó en el segundo objetivo y se definió los programas y proyectos que sean necesarios para alcanzar un desarrollo sostenible de la actividad turística en la parroquia, cabe recalcar que dichos programas y proyectos fueron totalmente articulados al PLANDETUR 2020 para seguir las directrices del desarrollo nacional del turismo. El esquema que se utilizó para la presentación de los programas consta de título, descripción, objetivos, identificación de proyectos, marco lógico, cronograma y presupuesto.

#### **b. Plan de operatividad**

Por último se realizó los planes operativos de los perfiles de proyecto en el formato que exige la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) para que estos tengan la debida articulación en el sector público.

## V. RESULTADOS

### A. VALIDACIÓN DEL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA CAÑI

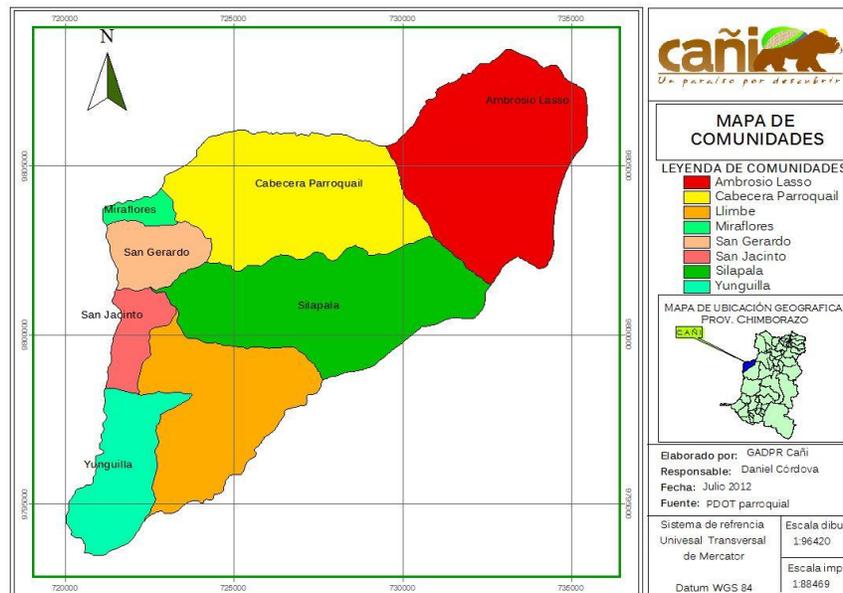
#### 1. Diagnóstico situacional

##### a. Ámbito físico espacial

##### 1) Ubicación geográfica

La parroquia Cañi se encuentra ubicada al oeste del cantón Colta y de la provincia Chimborazo, comprende las comunidades Ambrosio Lasso, Yunguilla, Llimbe, San Jacinto, Silapala, San Gerardo, Miraflores y la cabecera parroquial; tiene una superficie aproximada de 11045,4 has; a una altura que oscila entre 2760 y 3442 m.s.n.m.

Grafico 2. Mapa de las comunidades de la parroquia Cañi



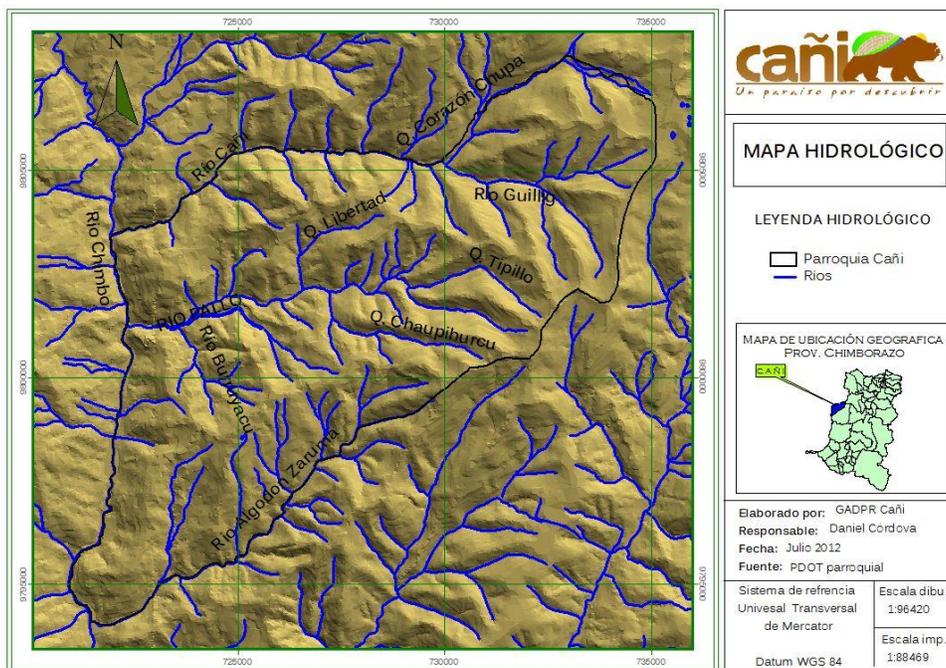
Fuente: PDOT parroquial  
Elaborado por: Daniel Córdova

En el mapa anterior se delimitan cada una de las comunidades pertenecientes a la parroquia Cañi, las cuales son: Ambrosio Lasso, Miraflores, San Gerardo, Silapala, San Jacinto, Llimbe, Yunguilla y la Cabecera parroquial.

## 2) Hidrografía

La hidrografía de Cañi está representado al norte por el río Cóndor que al unirse con el río Hierba Buena forman el río Cañi que a su vez el afluente del río Chimbo, el cual se encuentra al oeste de la parroquia, al este se encuentra el río Algodón Zaruna o Tambillo, otros ríos importantes son el Pallo, Colorado y Burruyacu que se encuentra al interior de la parroquia y que se unen pocos metros antes de desembocar en el río Chimbo. Cabe indicar que estos ríos tienen agua cristalina y constituyen un potencial de desarrollo tomando en cuenta la acuicultura o el turismo. Los ríos antes mencionados se pueden observar con mayor claridad en el siguiente mapa hidrológico de Cañi.

Grafico 3. Mapa hidrológico de Cañi

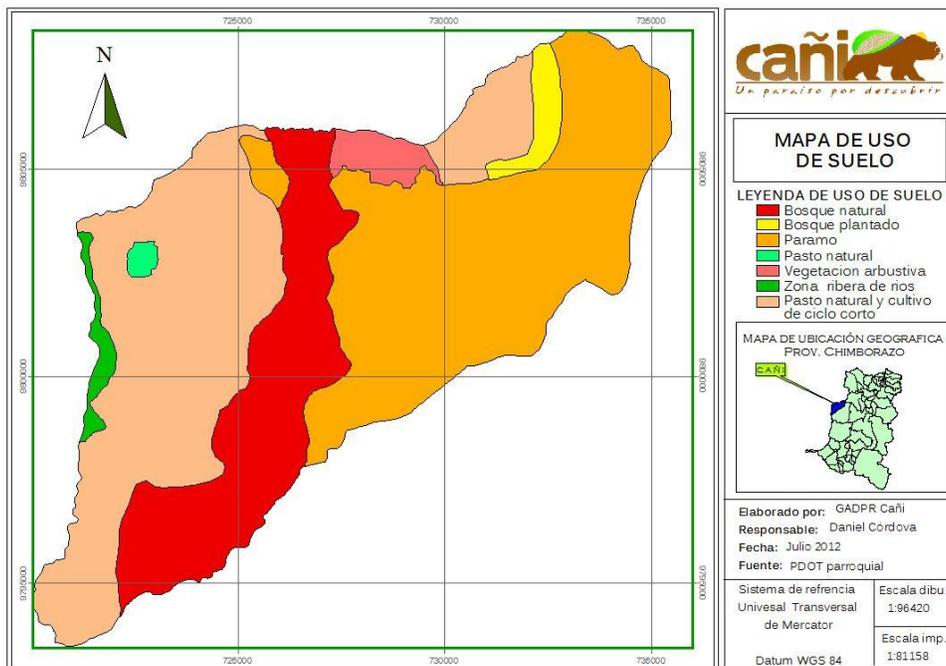


Fuente: PDOT parroquial  
Elaborado por: Daniel Córdova

### 3) Geomorfología y edafología

En la parroquia Cañi existen un sin número de formaciones litológicas como: lavas, volcanoclastos, piroclastos, lahares, flujos de lava, lutitas, grauwacas y tobas; son se formaron en los periodos cretáceo, paleoceno, cuaternario, eoceno y peleoceno. Dentro de la geomorfología la zona de estudio existen relieves escarpados, vertientes convexas e irregulares; pero en la mayoría de terreno es un relieve montañoso y colinas medianas; una pequeña parte en el sector del rio Chimbo hay una zona a la que se le ha llamado terraza baja.

Grafico 4. Mapa de uso de suelo de Cañi



Fuente: PDOT parroquial  
Elaborado por: Daniel Córdova

En el mapa anterior se puede observar el uso del suelo actual de la parroquia, en donde resalta en color anaranjado y rojo el páramo y el bosque natural respectivamente, estos ecosistemas abarcan más del 50% del territorio total de Cañi, además en rosado se define la zona de producción en su mayoría caracterizada por el pasto natural y los cultivos de ciclo corto, en amarillo se

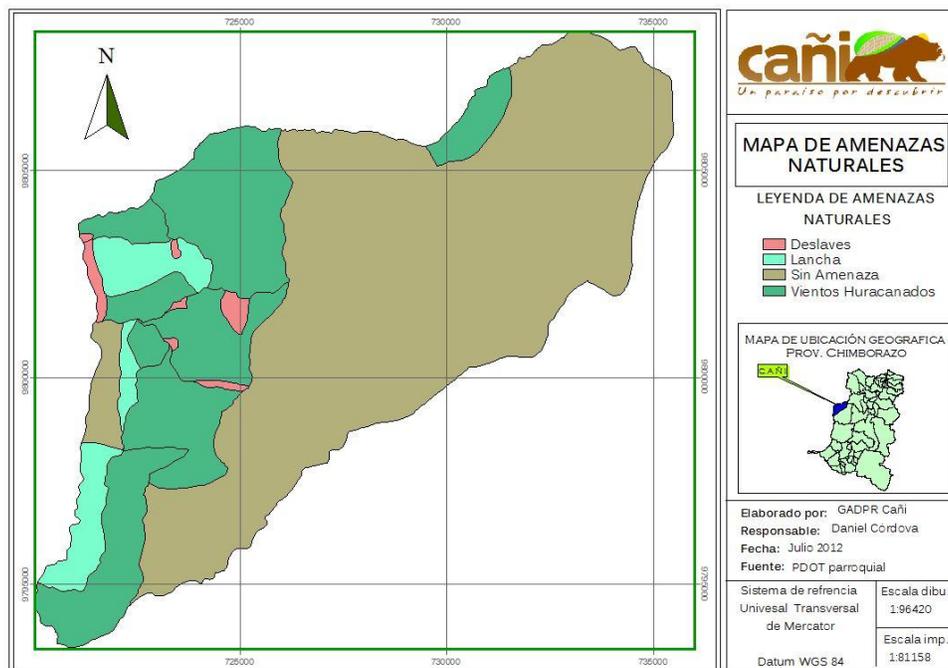
encuentra un bosque de pinos que en ciertos espacio ya ha sido talado, por ultimo en verde se definen las zonas de riberas de ríos las cuales por su elevado grado de pendiente no tienen uso actual.

#### 4) Clima

Existen dos climas bien diferenciados uno en la parte media y baja que es el ecuatorial mesotérmico semi-humedo que es característico de casi todo el callejón interandino, con una temperatura promedio de 14 °C; y ecuatorial de alta montaña en la zona de la comunidad Ambrosio Lasso que se encuentra en una zona de páramo, la temperatura promedio es de 9 °C. Existen dos estaciones bien diferenciadas una lluviosa los meses de enero hasta mayo, y una época seca desde junio hasta diciembre.

#### 5) Amenazas naturales

Grafico 5. Mapa de uso de suelo de Cañi



Fuente: PDOT parroquial  
 Elaborado por: Daniel Córdova

Las amenazas naturales más importantes se definen en el mapa anterior donde al estar Cañi, en una zona escarpada es muy susceptible de vientos huracanados, por otro lado los deslaves son frecuentes en zonas donde existen minas de arcilla.

## b. **Ámbito ecológico territorial**

### 1) **Biodiversidad**

#### a) **Flora**

Cañi posee una gran variedad de especies de flora de las cuales las más representativas se definen a continuación en los siguientes cuadros distribuidos por el ecosistema en el que se encuentran.

Cuadro 3. Flora de la parroquia Cañi en el ecosistema páramo

Nombre común	Nombre científico	Tipo de vegetación			Uso					
		Arbórea	Arbustiva	Herbácea	Alimentación humana	Alimentación animal de especies mayores	Alimentación animal de especies menores	Medicinal	Leña	Construcción de viviendas
Paja	<i>Stipa ichu</i>			X		X	X			
Mortiño	<i>Vaccinium myrtillus</i>		X		X					
Hualicón	<i>Ceratostema grandiflorum</i>		X		X				X	
Quinoa	<i>Chenopodium quinoa</i>		X		X				X	
Matico	<i>Buddleja globosa</i>			X				X		
Arrayan	<i>Myrtus communis</i>	X							X	

Nombre común	Nombre científico	Tipo de vegetación			Uso					
		Arborea	Arbustiva	Herbácea	Alimentación humana	Alimentación animal de especies mayores	Alimentación animal de especies menores	Medicinal	Leña	Construcción de viviendas
Pumamaqui	<u><i>Oreopanax ecuadorensis</i></u>	X							X	X
Manzanilla	<u><i>Chamaemelum nobile</i></u>			X				X		
Ortiga	<u><i>Urtica dioica</i></u>			X				X		
Llantén	<u><i>Plantago major</i></u>			X				X		
Valeriana	<u><i>Valeriana officinalis</i></u>			X				X		
Diente de león	<u><i>Taraxacum officinalis</i></u>			X				X		
Quishuar	<u><i>Buddleja incana</i></u>	X						X		
Chicoria	<u><i>Cichorium intybus</i></u>			X				X		
Boldo	<u><i>Peumus boldus</i></u>			X				X		
<b>Número total de especies reportadas</b>					3	1	1	9	4	1

Fuente: PDOT parroquial  
Elaborado por: Daniel Córdova

Como se muestra en el cuadro anterior la parroquia Cañi tiene una variedad de plantas en el ecosistema páramo las cuales en su mayoría tienen un uso medicinal, estas especies de flora se ven afectadas básicamente por la quema de pajonal, el avance de la frontera agrícola y por el pastoreo de ganado bobino en estos lugares.

Cuadro 4. Flora de la parroquia Cañi en el ecosistema bosque

Nombre común	Nombre científico	Tipo de vegetación			Uso					
		Arborea	Arbustiva	Herbácea	Alimentación humana	Alimentación animal de especies mayores	Alimentación animal de especies menores	Medicinal	Leña	Construcción de viviendas
Tilo	<i>Tilia vulgaris</i>	X			X			X		
Olivo	<i>Capparis odoratissima</i>	X							X	X
Balsa	<i>Ochroma pyramidale</i>	X							X	X
Cedro	<i>Cedrus deodara</i>	X							X	X
Ciprés	<i>Cupressus macrocarpa</i>	X							X	X
Lechero	<i>Euphorbia lactiflua</i>	X							X	
Gañal	<i>No identificado</i>	X						X	X	
Pumamaqui	<i>Oreopanax ecuadorensis</i>	X							X	
Guanto	<i>Brugmansia sanguinea</i>	X						X		
Higuerilla	<i>No identificado</i>	X						X	X	
Tunda	<i>No identificado</i>	X							X	
<b>Número total de especies reportadas</b>					1	0	0	4	9	4

Fuente: PDOT parroquial  
 Elaborado por: Daniel Córdova

Como se muestra en el cuadro anterior en la parroquia Cañi existe una gran variedad de flora en el ecosistema bosque que en su mayoría se utilizan para leña y en un porcentaje menor para construcción de viviendas.

## b) Fauna

Cuadro 5. Fauna de la parroquia Cañi en el ecosistema de páramo

Nombre común	Nombre científico	Tipo				Uso			Abundancia		
		Mamíferos	Aves	Reptiles y anfibios	Peces	Alimentación humana	Medicinal	Otros	Poco	Frecuente	Mucho
Lobo	<i>Lycalopex culpaeus</i>	X					X		X		
Conejo	<i>Silvilagus brasiliensis</i>	X				X			X		
Sacha cuy	<i>Cavia porcellus</i>	X				X			X		
Zorro	<i>Conepatus semistratus</i>	X					X			X	
Curiquingue	<i>Caracara paramuno</i>		X				X		X		
Guarro	<i>Leucopternis princeps</i>		X				X		X		
Perdiz	<i>Nothura maculosa</i>		X				X		X		
Venado	<i>Odocoileus virginianus</i>	X					X	X			
Chucuri	<i>Sciurus granatensis</i>	X					X		X		
<b>Número total de especies</b>		6	3	0	0						

Fuente: PDOT parroquial  
Elaborado por: Daniel Córdova

En el cuadro anterior se muestran las especies de fauna más representativas presentes en la parroquia Cañi dentro del ecosistema páramo, dentro del cual resalta la presencia de un gran porcentaje de mamíferos.

Cuadro 6. Fauna de la parroquia Cañi en el ecosistema de bosque

Nombre común	Nombre científico	Tipo				Uso			Abundancia		
		Mamíferos	Aves	Reptiles y anfibios	Peces	Alimentación humana	Medicinal	Otros	Poco	Frecuente	Mucho
Pavas de monte	<i>Penelope montagni</i>		X			X			X		
Gorrión	<i>Zonotrichia capensis</i>		X			X				X	
Zorro	<i>Conepatus semistratus</i>	X						X		X	
Guanta	<i>Cuniculus paca</i>	X				X			X		
Lobo	<i>Lycalopex culpaeus</i>	X						X		X	
Conejo	<i>Silvilagus brasiliensis</i>	X				X				X	
Chucuri	<i>Sciurus granatensis</i>	X						X		X	
<b>Número total de especies</b>		5	2	0	0						

Fuente: PDOT parroquial  
 Elaborado por: Daniel Córdova

### c. **Ámbito socio cultural**

#### 1) **Antecedentes históricos**

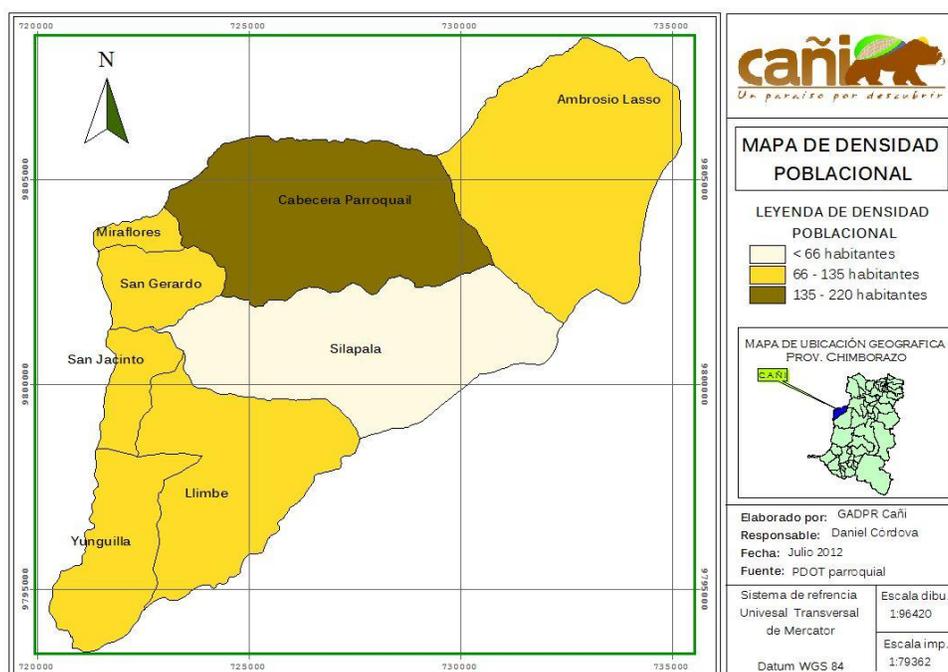
La población Caneña proviene de raíces Puruhaes, ya que se conoce que en tiempos precolombinos esta cultura tenía asentamientos o caseríos hasta lo que en la actualidad es el cantón Pallatanga, pero que por razones que son desconocidas y por falta de investigación no se ha determinado al sector de Cañi como uno de los asentamientos antes mencionados, pero existen evidencias como cerámicas, piedras labradas que hacen pensar que efectivamente el sitio fue un cacicazgo o caserío de la cultura Puruhá, desde entonces este lugar ha sido cuna de hombres y mujeres trabajadores, labradores de la tierra, que han luchado contra un sin número de dificultades como la distancia a las principales ciudades

entre otros, por lo que los pobladores se unieron y organizaron para formar la parroquia Cañi, llegando a un feliz acuerdo el 28 de agosto de 1921, fecha en la que oficialmente Cañi se convierte en parroquia, agrupando a comunidades como Yunguilla, Limbe, San Jacinto, Silapala, San Gerardo, Miraflores y la cabecera parroquial; después se creó la comunidad de Ambrosio Lasso con personas provenientes del Cantón Guamote.

## 2) Población

Según datos arrojados por el censo realizado en el año 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. La población total de la parroquia Cañi es de 962 habitantes, pero en los últimos tiempos este número se redujo por efectos de la migración interna y externa.

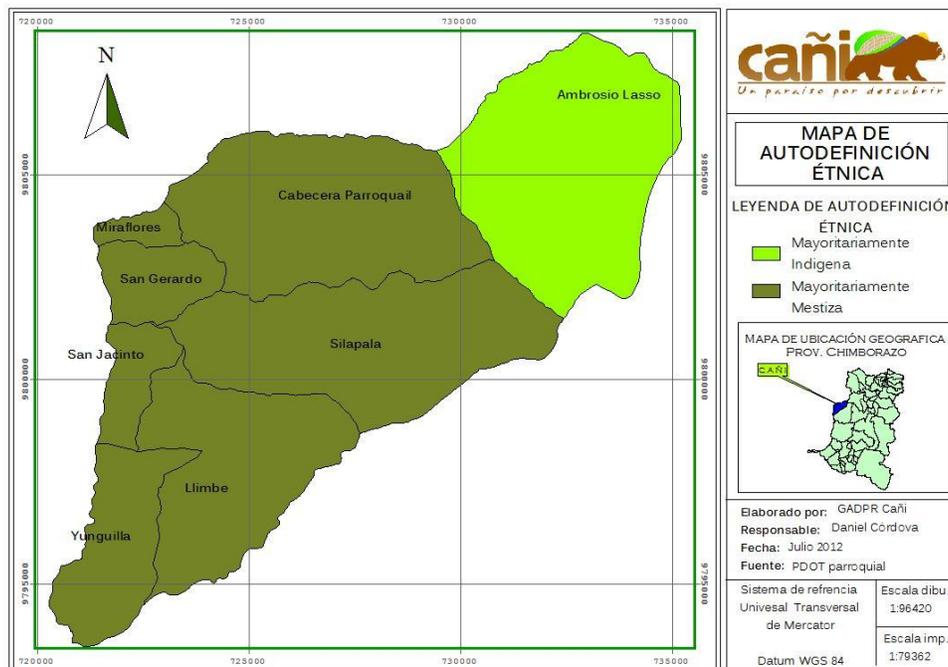
Grafico 6. Mapa de densidad poblacional de Cañi



Fuente: PDOT parroquial  
Elaborado por: Daniel Córdova

En el mapa anterior se define la población de las comunidades de Cañi, la mayoría de comunidades están en un rango de entre 66 a 125 habitantes, solo la cabecera parroquial se encuentra en un rango de entre 135 a 220 habitantes, y la comunidad de Silapala es la única que posee una población inferior a los 66 habitantes.

Grafico 7. Mapa de autodefinición étnica de Cañi



Fuente: PDOT parroquial  
Elaborado por: Daniel Córdova

En el gráfico anterior se define en color verde oscuro las comunidades que se autodefinen como pueblo mestizo y solo una comunidad en verde claro que es Ambrosio Lasso la cual se autodefine como indígenas, ya que los pobladores de la mencionada comunidad provienen del cantón Guamote, los cuales arribaron a la parroquia Cañi hace aproximadamente 20 años gracias a un convenio con el Ministerio de Agricultura de ese entonces.

### **3) Servicios básicos**

#### **a) Agua potable**

En la mayoría de las comunidades no existe sistemas de agua potable pero en la cabecera parroquial existe un sistema de agua entubada que se encuentra en malas condiciones ya que el sitio de captación no tiene ningún estándar técnico para su protección y aislamiento del medio circundante por lo que ocasionalmente el agua se podría contaminar, este sistema también abastece a la comunidad de San Gerardo y Miraflores que se encuentran adyacentes a la cabecera parroquial. En la comunidad de San Jacinto en la actualidad se está construyendo un sistema de agua entubada que será capaz de proporcionar de líquido vital durante todo el día a dicha comunidad. El restante de comunidades las familias se han visto obligadas a montar un sistema artesanal de captación y abastecimiento de agua, el cual consiste en realizar una pequeña toma de agua en la quebrada más cercana y después mediante gravedad es trasladada a cada una de las viviendas.

#### **b) Alcantarillado**

Existe un sistema de alcantarillado que cubre la cabecera parroquial, la comunidad de Miraflores y San Gerardo, pero el mismo se encuentra colapsado y en la actualidad se gestiona un nuevo sistema. El restante de comunidades Yunguilla, Llimbe, San Jacinto, Silapala y Ambrosio Lasso cubren este servicio con pozos ciegos o pozos sépticos.

#### **c) Energía eléctrica**

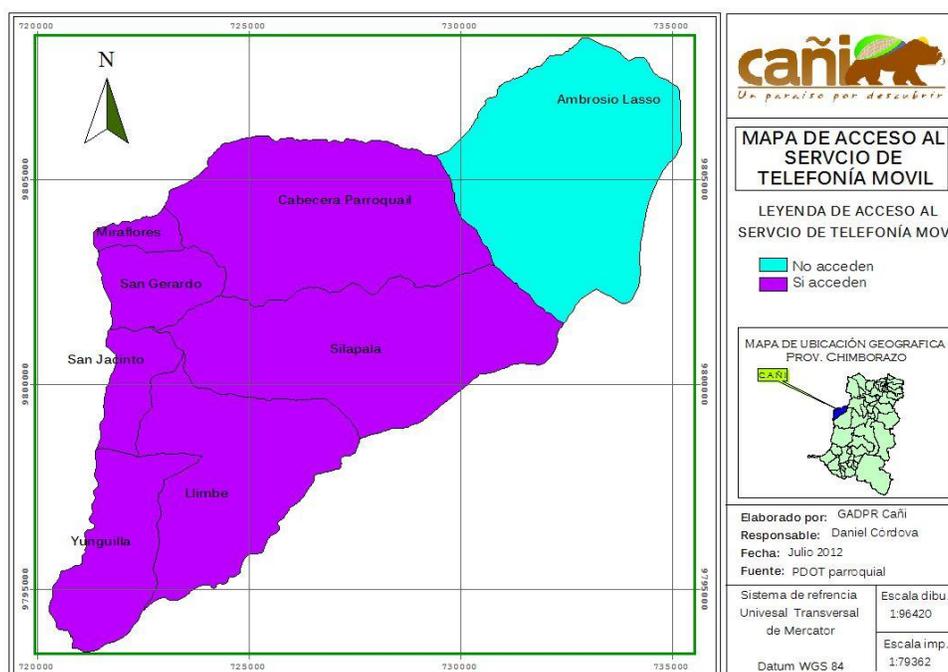
La parroquia Cañi posee energía eléctrica proveniente del sistema interconectado, que depende de la Corporación Nacional de Electricidad de Bolívar, casi el 100% de las viviendas de la parroquia y sus comunidades poseen el servicio pero no en todas existe medidores, cuando existen cortes es muy difícil la reconexión ya que

las comunidades y la parroquia en sí está muy alejada de la ciudad de San Miguel y peor aun de Guaranda de donde vienen los técnicos.

#### d) Telefonía

En cuanto a la telefonía fija, en los últimos meses se entregó un total de 35 líneas telefónicas repartidas de la siguiente manera: 5 líneas en la comunidad de San Jacinto, 13 en la comunidad de San Gerardo, 3 en la comunidad de Llimbe, una línea en la Comunidad de Silapala, 13 líneas en la cabecera parroquial. El servicio de internet es ofertado solo en el Infocentro de manera gratuita, sin embargo el servicio es de mala calidad. El servicio que presta la telefonía móvil es limitado ya que solo la Compañía Claro presta cobertura en ciertas partes de la parroquia y empresas como Movistar y CNT-Alegro no operan en el lugar.

Grafico 8. Mapa de acceso a telefonía móvil de Cañi



Fuente: PDOT parroquial  
 Elaborado por: Daniel Córdova

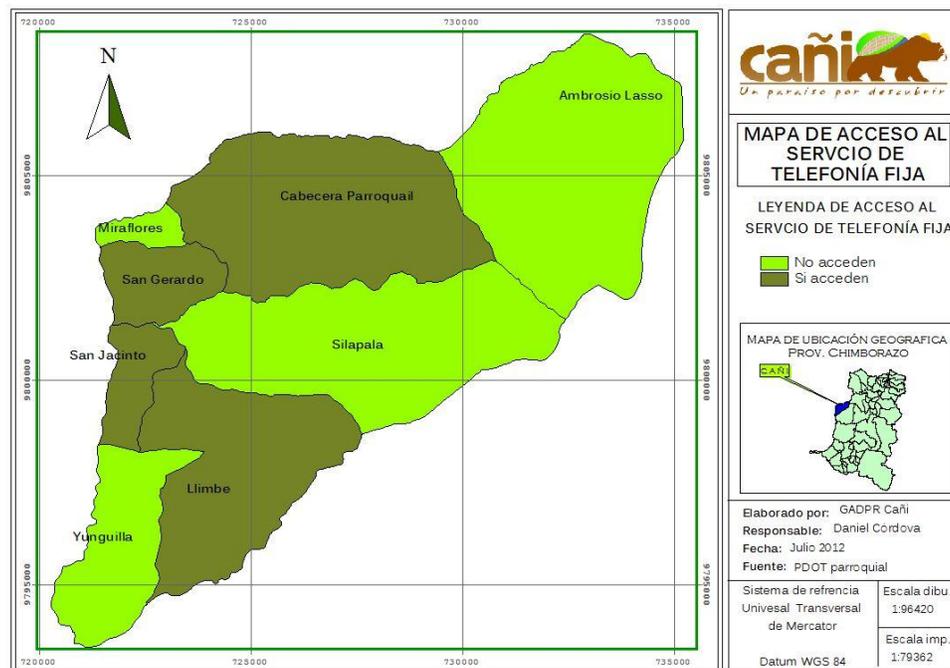
Como se observa en el mapa anterior la comunidad de Ambrosio Lasso de color turquesa es la única que no accede a un servicio de telefonía móvil.

Cuadro 7. Disponibilidad de telefonía fija

COMUNIDAD	ACCESO A TELEFONIA FIJA		NÚMERO DE LINEAS
	SI	NO	
Cabecera parroquial	X		13
Miraflores		X	-
San Gerardo	X		13
Silapala		X	-
San Jacinto	X		5
Llimbe	X		3
Yunguilla		X	-
Ambrosio Lasso		X	-

Fuente: Levantamiento de campo  
Elaborado por: Daniel Córdova

Grafico 9. Mapa de acceso a telefonía fija de Cañi



Fuente: PDOT parroquial  
Elaborado por: Daniel Córdova

En el mapa anterior se observa en color verde oscuro a las comunidades que acceden al servicio de telefonía fija y en color verde claro a las comunidades que no poseen este servicio.

#### **e) Recolección de basura**

En la parroquia Cañi no existe el servicio de recolección de basura, es por ello que esta se quema o se entierra en el mejor de los casos, y sino simplemente es arrojada en el piso. En cuanto al barrido de calles en la cabecera parroquial lo realizan las personas que tienen su casa alrededor de centro parroquial.

#### **4) Salud**

En la cabecera parroquial existe un puesto de salud que depende del Ministerio de Salud Pública del Ecuador, en él trabaja un doctor y una enfermera pero por la falta de personal en otros puestos de salud del cantón Colta, el médico de Cañi tiene, en muchas ocasiones, que salir a cubrir dichas deficiencias de personal; por lo que la atención en salud en la parroquia es irregular. Además cada mes se realizan caravanas de salud en cada una de las comunidades.

También existe en la parroquia como alternativa, la medicina natural, que trata enfermedades relacionadas con resfríos, indigestiones, inflamaciones entre otras; en la comunidad Silapala existe un programa de salud ancestral, el cual lo lleva adelante la comunidad con la Curia, el programa comprende capacitaciones mensuales y un pequeño laboratorio en el que se preparan remedios naturales.

#### **5) Educación**

Según el censo del INEC 2010, en la parroquia Cañi existían 96 personas que no tenían ninguna instrucción, 16 personas que fueron solamente alfabetizados, 409 personas que tenía un grado de instrucción primaria, 97 que tenían secundaria, 118 personas que tienen educación básica, y apenas 27 personas que acabaron

la educación superior. La tasa de analfabetismo en la parroquia Cañi es del 9.9 %, y la población femenina representa el 57,2 % de la población total de analfabetos. En la actualidad la parroquia cuenta con cinco escuelas y un colegio, los estudiantes que desean estudiar alguna profesión tienen que salir a las ciudades de San Miguel, Guaranda o Riobamba. Las escuelas de las comunidades son unidocentes, por lo que la calidad de la educación es regular; la escuela y el colegio de la cabecera parroquial son los únicos que tienen personal docente completo.

## 6) Infraestructura

### a) Infraestructura educativa

En toda la parroquia existe un total de 6 establecimientos educativos distribuidos en cinco comunidades de las ocho que pertenecen a Cañi, repartidos de la siguiente manera:

Cuadro 8. Establecimientos educativos de la parroquia Cañi

<b>Nombre del Establecimiento</b>	<b>Ubicación</b>	<b>N° de Aulas</b>	<b>N° de Estudiantes</b>	<b>N° de Docentes</b>
Escuela "Isidro Ayora"	Cabecera parroquial	7	78	8
Colegio Nacional "28 de Agosto"	Cabecera parroquial	8	77	9
Escuela "Jaime Hurtado"	Ambrosio Lasso	2	30	2
Escuela "Cesar García"	San Jacinto	3	16	1
Escuela "Río Aguarico"	Llimbe	2	9	1
Escuela "Provincia de Napo"	Yunguilla	2	24	2

Fuente: Levantamiento de campo  
Elaborado por: Daniel Córdova

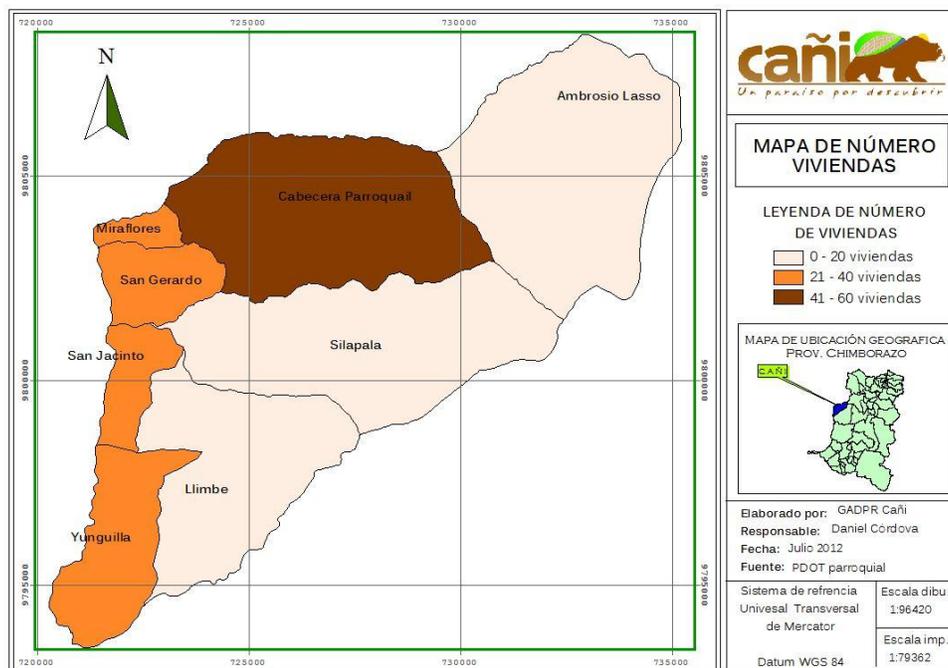
## b) Infraestructura social

### 1) Vivienda

En la parroquia Cañi existe un total de 375 viviendas, de las cuales un 90,67% son de tipo casa o villa, el 4,27% son de tipo mediagua, apenas el 1,07% son de tipo rancho, y el 4% son de tipo choza o covacha. Del total de vivienda en la parroquia el 43,14% se abastece de liquido vital mediante red pública, el 20% mediante pozo, el 32,55% de las viviendas se abastece de agua del río o una acequia, y el 0,39% mediante carro repartidor. (INEC, Censo de población 2010).

Como se observa en el siguiente gráfico la cabecera parroquial es donde existen mayor cantidad de viviendas y en las comunidades de Llimbe, Silapala y Ambrosio Lasso existen menor cantidad de viviendas.

Grafico 10. Mapa de viviendas de Cañi



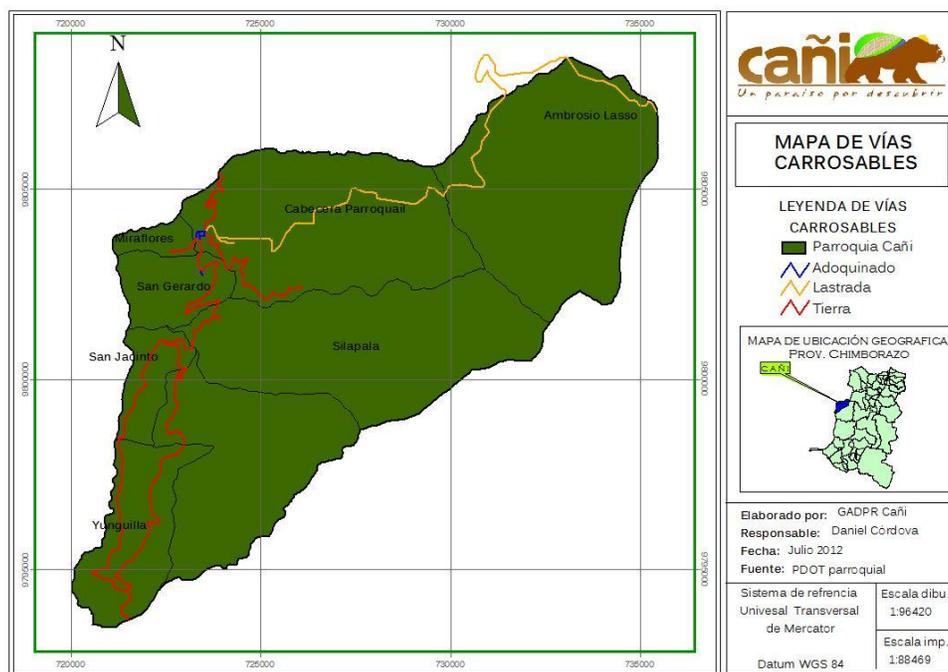
Fuente: PDOT parroquial  
Elaborado por: Daniel Córdova

## c) Infraestructura vial y transportación

### 1) Vías

Las vías carrosables que existen en la parroquia Cañi se observan a continuación en el siguiente mapa en donde resaltan en color amarillo las vías lastradas y en rojo las vías que son de tierra.

Grafico 11. Mapa de vías carrosables de Cañi



Fuente: PDOT parroquial  
Elaborado por: Daniel Córdova

Para llegar a la parroquia Cañi existen tres opciones, que son:

La primera por la vía Guaranda – San Miguel, de esta ciudad se toma una vía asfaltada hasta la parroquia San Vicente y de ahí por un camino de tercer orden hasta Cañi, a una distancia de 19 Km en total. La segunda opción es por la Vía Navag – Cañi, esta se encuentra en la panamericana sur, a la altura de los Páramos de Navag se toma un desvío a una carretera lastrada la cual después de 37,5 Km nos lleva a la cabecera parroquial de Cañi, cabe recalcar que por esta vía

se pasa primero por la comunidad de Ambrosio Lasso. Y la tercera opción es por la vía Trigoloma – Cañi, esta se encuentra de igual manera en la panamericana sur, en el punto de Trigoloma se toma un desvío el cual también nos sirve para llegar a Cañi, esta vía es más usada por los pobladores de las comunidades de la parte baja de la parroquia las cuales son Yunguilla, Llimbe y San Jacinto.

Cuadro 9. Distancias y tiempos aproximados a la parroquia Cañi

<b>Lugar de partida</b>	<b>Distancia (Km)</b>	<b>Tiempo Aproximado</b>
Riobamba	73.5	1 hora y 40min. (por Navag)
	125	2 horas y 40min. (por Guaranda)
Cajabamba	56	1 hora y 15 minutos
Guaranda	40	1 hora y 40 minutos
San Miguel	19	40 minutos

Fuente: PDOT parroquial  
Elaborado por: Daniel Córdova

## 2) Transportación

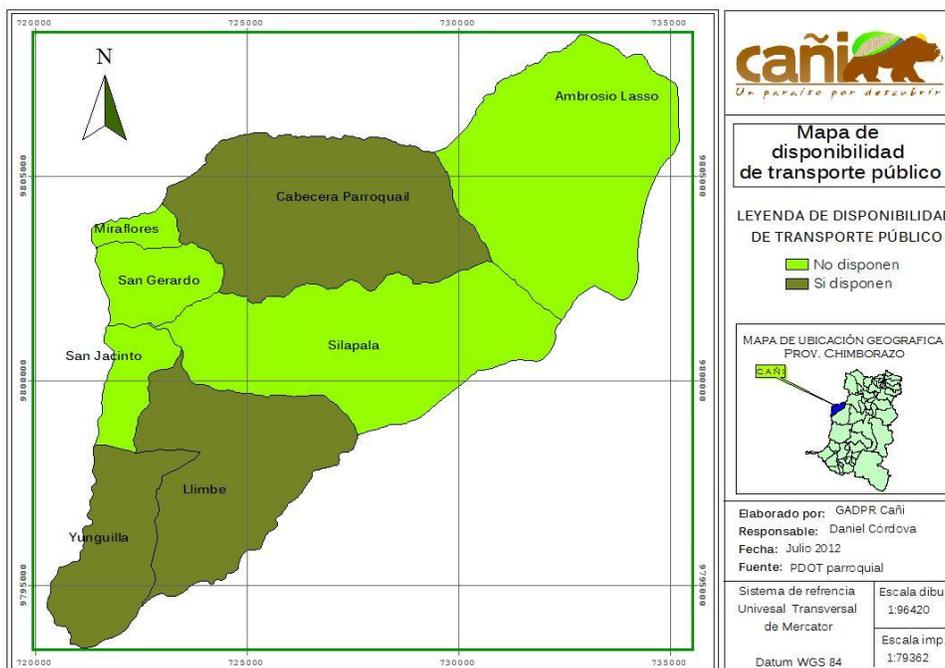
En la parroquia Cañi operan dos cooperativas de transporte y su servicio no es de buena calidad, esto se debe a la distancia a la que se encuentra Cañi de las principales ciudades, además por la poca población que se sirve de este servicio; por lo que cuando no existe una alta demanda del servicio de transporte simplemente no hay frecuencias de buses, lo cual se constituye en un serio problema cuando la población de la parroquia Cañi en especial los productores necesitan trasladarse a la ciudad. A continuación se muestra las cooperativas, rutas, frecuencias, y horarios del servicio de transporte:

Cuadro 10. Servicio de transporte en la parroquia Cañi

Nombre Empresa de Transporte	Rutas	Frecuencia	Horarios
Cooperativa “10 de Noviembre”	San Miguel - Cañi	1 diaria	13h00
	Cañi – San Miguel	1 diaria	05h00
Cooperativa “Alianza Llinllin”	Riobamba - Llimbe	1 diaria	12h00
	Llimbe - Riobamba	1 diaria	05h00

Fuente: PDOT parroquial  
Elaborado por: Daniel Córdova

Grafico 12. Mapa de disponibilidad de transporte en Cañi



Fuente: PDOT parroquial  
Elaborado por: Daniel Córdova

En el mapa anterior se observa en verde oscuro las tres comunidades que poseen disponibilidad de transporte público y en verde claro los comunidades que no acceden a este servicio.

#### d. **Ámbito económico productivo**

##### 1) **Población económicamente activa (PEA)**

En la parroquia Cañi las ofertas de trabajos son limitadas por lo que las personas se ven obligadas a migrar a las ciudades más cercanas para buscar una mejor vida. De los 962 habitantes en Cañi la población económicamente activa de la parroquia según el censo del INEC 2010 es del 48.96%.

Cuadro 11. Población económicamente activa por actividad económica

<b>ACTIVIDAD ECONOMICA</b>	<b>PEA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	418	88.75%
Industrias manufactureras	1	0.21%
Construcción	2	0.42%
Comercio al por mayor y menor	5	1.06%
Transporte y almacenamiento	3	0.64%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	1	0.21%
Administración pública y defensa	3	0.64%
Enseñanza	5	1.06%
Actividades de la atención de la salud humana	4	0.85%
Artes, entretenimiento y recreación	1	0.21%
Actividades de los hogares como empleadores	3	0.64%
No declarado	24	5.10%
Trabajador nuevo	1	0.21%
<b>Total</b>	<b>471</b>	<b>100.00%</b>

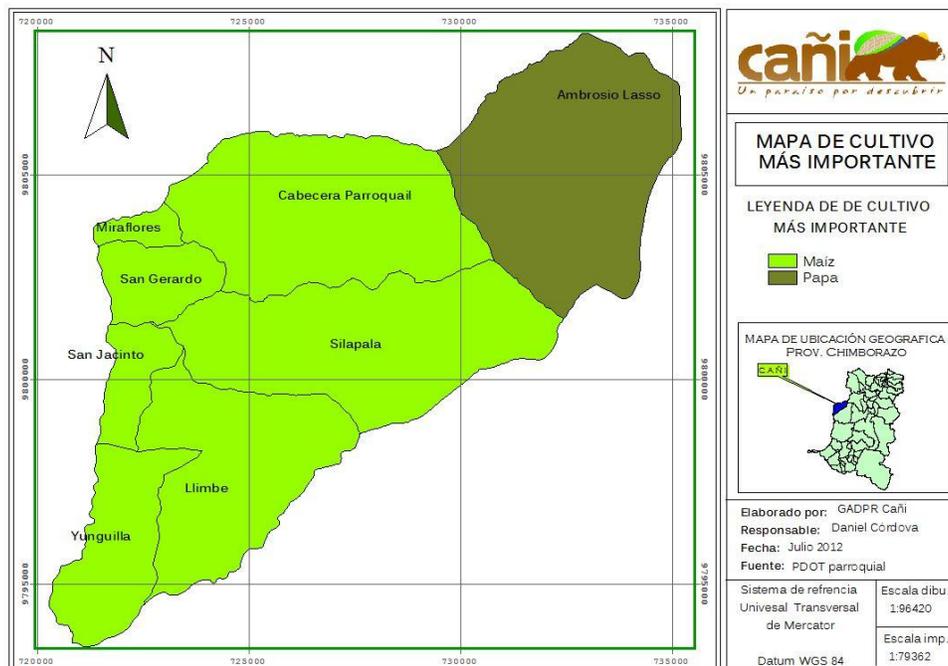
Fuente: INEC. Censo 2010  
Elaborado por: Daniel Córdova

## 2) Actividades económicas

### a) Agricultura

Esta actividad constituye el sustento económico de la mayoría de los habitantes de la parroquia, el producto más cultivado es el maíz el cual se lo cosecha de dos maneras, en choclo tierno y en seco; es segundo rubro más importante el trigo que sirve básicamente para el autoconsumo y extraordinariamente para la venta en los mercados de la provincia de Bolívar, por último se encuentran productos como las habas, la cebada, arveja entre otros que se siembran pero en menor cantidad y estos si destinados únicamente al autoconsumo.

Grafico 13. Mapa de cultivo más importante de Cañi



Fuente: PDOT parroquial  
Elaborado por: Daniel Córdova

En el mapa anterior se observa de color verde claro las comunidades en las que el cultivo más importante es el maíz y en verde oscuro la única comunidad donde el cultivo más importante es la papa.

## **b) Ganadería**

La ganadería si bien se practica en la parroquia, esta no es un pilar de la economía de la población caneña, cada familia posee uno, dos o máximo tres ganados bovinos de los cuales extraen leche para el consumo diario de la familia, lo cual que no significa que algún excedente en la producción tanto de leche o carne sea comercializada en los mercados más cercanos.

## **3) Turismo**

La actividad turística en la parroquia no se ha desarrollado, y no es producto de la inexistencia de potencial necesario para dicho desarrollo sino por lo distante que se encuentra la parroquia de los principales centros turísticos del país, además por la falta de un sistema vial adecuado o en buenas condiciones lo cual merma significativamente los deseos de visitar el lugar. El presente documento busca definir una línea de desarrollo planificado para que el turismo se convierta en una de las actividades más realizadas en Cañi.

## **e. Ámbito político administrativo**

### **1) División política**

La parroquia Cañi pertenece al cantón Colta, provincia de Chimborazo. Está compuesta por ocho comunidades incluyendo a la cabecera parroquial, las cuales son: Ambrosio Lasso, San Gerardo, Miraflores, Silapala, San Jacinto, Llimbe y Yunguilla.

### **2) Organización sociopolítica**

La organización socio política de la parroquia está conformada en primera instancia por el Gobierno Parroquial de Cañi, quien es el encargado de guiar y

planificar los destinos de la misma. El Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), en el Artículo 65 define como competencias del GAD parroquial rural las siguientes:

Grafico 14. Competencias de los GAD´s parroquiales



Fuente: COOTAD  
Elaborado por: Daniel Córdova

De esta manera y apegados a lo que la ley establece, se dirigen y planifica las actividades en la parroquia Cañi, donde la máxima autoridad es la Presidenta del Gobierno Parroquial, además hay otras autoridades como el Teniente Político, los cuales han coordinado esfuerzos y actividades para el adelanto de la parroquia.

### 3) Organizaciones de base

En la parroquia existen ocho comunidades por lo que existen igual número de cabildos los cuales dirigen a su comunidad, el cabildo se encuentra conformado por un Presidente, Vicepresidente, Secretario, Tesorero y un Síndico. Estas organizaciones se muestran a continuación en el siguiente cuadro.

Cuadro 12. Organizaciones en la parroquia Cañi

<b>NOMBRE</b>	<b>ACTIVIDAD QUE REALIZA</b>
Cabildo de Ambrosio Lasso	Órgano administrativo de la comunidad, se encarga de dirigir y organizar a los comuneros, además de representar a la comunidad en los actos a la que este invitada la comunidad.
Cabildo de San Gerardo	
Cabildo de Miraflores	
Cabildo de Silapala	
Cabildo de San Jacinto	
Cabildo de Llimbe	
Cabildo de Yunguilla	
Asociación “La Libertad”	Organización de productores agropecuarios
Comuna “Pucalán - Caparrosa”	Asociación que reúne a productores agrícolas.

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado por: Daniel Córdova

## 2. Estudio de la oferta

### a. Inventario de atractivos turísticos

#### 1) Atractivos turísticos naturales

Cuadro 13. Atractivo turístico N° 01

<b>Nombre del atractivo 1:</b> Río Pallo
<b>1. DATOS GENERALES</b>
<b>1.1 Encuestador:</b> Daniel Córdova
<b>1.2 Categoría:</b> Sitios Naturales
<b>1.3 Tipo:</b> Ríos
<b>1.4 Subtipo:</b> Riberas

Foto 1. Río "Pallo" Fotografía: Daniel Córdova

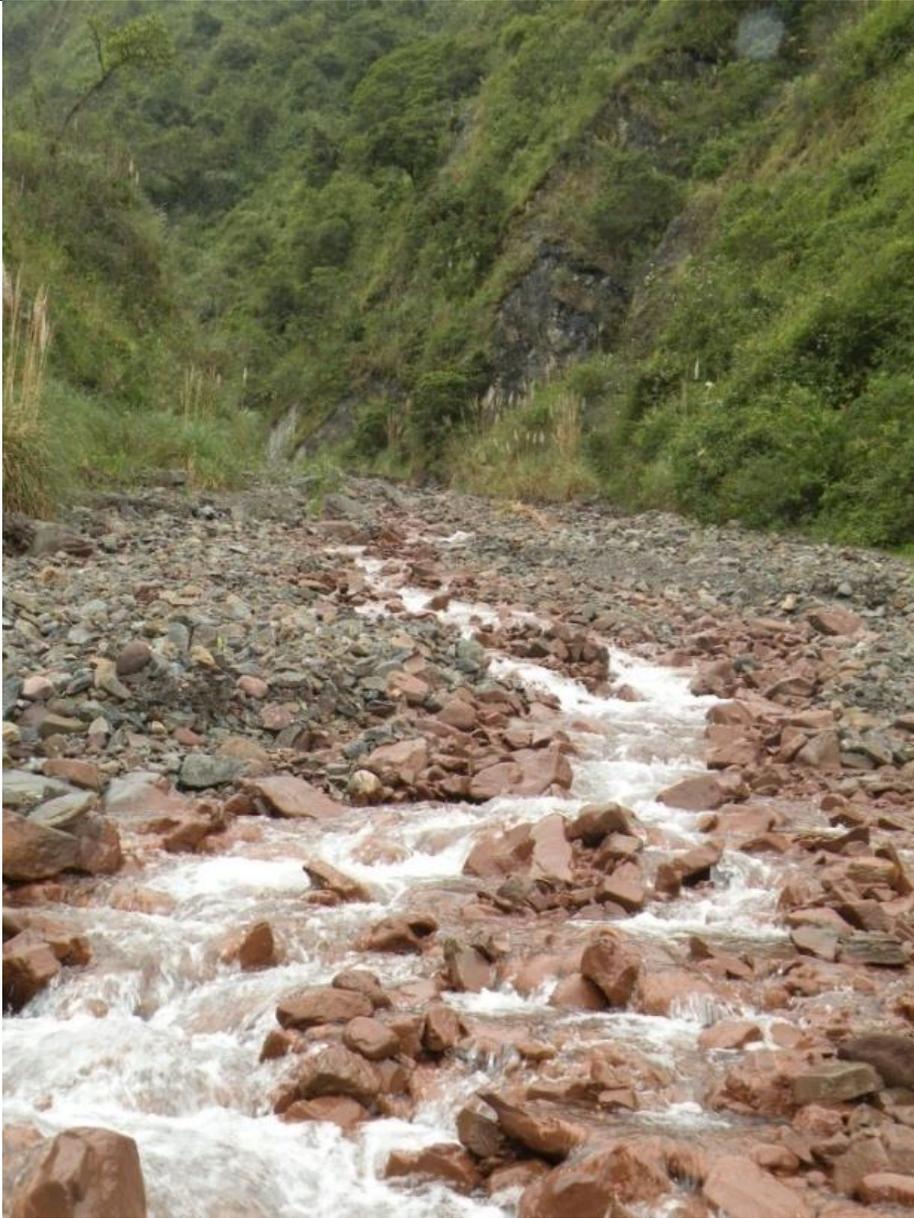
<b>2. UBICACIÓN</b>		
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Colta	
<b>2.3 Parroquia:</b> Cañi		
<b>2.4 Latitud:</b> S 1° 47' 30"	<b>2.5 Longitud:</b> O 78° 59' 18"	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>		
<b>3.1 Nombre del poblado:</b>	Riobamba	Guaranda
<b>3.2 Distancia:</b>	73.5 Km.	40 Km.
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>		
<b>4.1 Altitud:</b> 2 419 m.s.n.m.		
<b>4.2 Temperatura:</b> 15°C		
<b>4.3 Precipitación pluviométrica:</b> 500mm anuales		
<b>4.4 Descripción del atractivo</b>		
<p>El río Pallo nace de la cordillera del Aichy, se encuentra a 4.5 Km de la cabecera parroquial, aquí hay una vegetación frondosa y un clima cálido por encontrarse un una ondonada la cual se llama playa de Silapala, al sitio acuden personas de las parroquias vecinas para hacer deporte los fines de semana.</p>		
<b>4.5 Atractivos individuales que lo conforman:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Playa de Silapala</li> <li>• Bosque de laurel</li> </ul>		
<b>4.6 Permisos y restricciones</b>		
No existe ningún tipo de restricción		
<b>4.7 Usos</b>		
<b>4.7.1 Usos actuales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesca artesanal</li> <li>• Actividades deportivas</li> </ul>		
<b>4.7.2 Usos potenciales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesca deportiva</li> <li>• Bird Watching</li> <li>• Recreación</li> </ul>		

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Balneario</li> <li>• Caminatas</li> <li>• Fotografía</li> </ul>
<p><b>4.7.3 Necesidades turísticas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementación de un sendero</li> <li>• Implementación de un complejo turístico</li> <li>• Mejorar los servicios básicos</li> <li>• Implementación de señalética</li> <li>• Diseñar un producto turístico</li> </ul>
<p><b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b></p>
<p><b>5.1 Estado:</b> No alterado</p> <p><b>5.2 Causas:</b> no existen actividades que provoquen el deterioro del atractivo, además las personas están consientes del cuidado de la naturaleza razón por la cual el rio posee aguas cristalinas totalmente limpias.</p>
<p><b>6. ENTORNO:</b></p>
<p><b>6.1 Entorno:</b> en proceso de deterioro</p> <p><b>6.2 Causas:</b> la actividad agropecuaria ha alterado el paisaje circundante, ya que ha destinado algunas parcelas para el pastoreo de animales.</p>
<p><b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b></p>
<p><b>7.1 Tipo:</b> Terrestre                      <b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado/ Tierra</p> <p><b>7.3 Estado de vías:</b> Regular    <b>7.4 Transporte:</b> Bus / Camionetas</p> <p><b>7.5 Frecuencias:</b> Diaria</p> <p><b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> todo el año, en especial los feriados.</p>
<p><b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b></p>
<p><b>8.1 Facilidades turísticas</b></p> <p>No existen facilidades turísticas en el sitio, excepto una pequeña tienda que oferte víveres.</p>

<b>8.2 Servicios turísticos</b>	
No existen servicios turísticos en el sitio	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> Entubada	
<b>9.2 Energía eléctrica:</b> Sistema Interconectado	
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Pozo Séptico	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>
Rio Colorado	500 m
Rio Burruyacu	1 Km.
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>11.1 Difusión:</b> Local	

<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	4
	d) Estado de conservación y/o organización	6
APOYO	a) Acceso	1
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		26
<b>13. JERARQUIZACIÓN II</b>		

Cuadro 14. Atractivo turístico N° 02

<b>Nombre del atractivo 2:</b> Rio Colorado
<b>1.- DATOS GENERALES</b>
<b>1.1 Encuestador:</b> Daniel Córdova
<b>1.2 Categoría:</b> Sitios Naturales
<b>1.3 Tipo:</b> Ríos
<b>1.4 Subtipo:</b> Rápidos o caudales

Foto 2. Rio "Colorado" Fotografía: Daniel Córdova

<b>2. UBICACIÓN</b>		
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Colta	
<b>2.3 Parroquia:</b> Cañi		
<b>2.4 Latitud:</b> S 1° 47' 29"	<b>2.5 Longitud:</b> O 78° 59' 17"	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>		
<b>3.1 Nombre del poblado:</b>	Riobamba	Guaranda
<b>3.2 Distancia:</b>	73.5 Km.	40 Km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>		
<b>4.1 Altitud:</b> 2 405 m.s.n.m.		
<b>4.2 Temperatura:</b> 14°C		
<b>4.3 Precipitación pluviométrica:</b> 500mm anuales		
<b>4.4 Descripción del atractivo</b>		
Este río llamado así por sus aguas de color rojo, las cuales bajan de un sitio llamado Tangabana, el lugar es ideal para realizar caminatas ya que se puede observar un bosque exuberante a los costados del mismo y las propias aguas del río son un verdadero espectáculo observarlas.		
<b>4.5 Permisos y restricciones</b>		
No existe ningún tipo de restricción		
<b>4.6 Usos</b>		
<b>4.6.1 Usos actuales</b>		
a. Ninguno		
<b>4.6.2 Usos potenciales</b>		
• Bird Watching	Caminatas	
• Deportes acuáticos	Fotografía	
<b>4.6.3 Necesidades turísticas</b>		
• Implementación de un sendero		
• Implementar señalética en el sitio		
• Diseñar un producto turístico		

<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> No alterado	
<b>5.2 Causas:</b> la topografía del sitio hace un tanto difícil recorrer el sitio por lo que pocas personas transitan por el rio, gracias a esto, el rio Colorado no se ha alterado	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> En proceso de deterioro	
<b>6.2 Causas:</b> en el área circundante al rio existen minas de arcilla, las cuales en épocas de invierno suelen provocar pequeños derrumbos.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado/ Tierra
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Regular	<b>7.4 Transporte:</b> Bus / Camionetas
<b>7.5 Frecuencias:</b> Diaria	
<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> todo el año, en especial los feriados.	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
<b>8.1 Facilidades turísticas</b> No existen facilidades turísticas en el sitio.	
<b>8.2 Servicios turísticos</b> No existen servicios turísticos en el sitio	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> Entubada	
<b>9.2 Energía eléctrica:</b> Sistema Interconectado	
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Pozo Séptico	

<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Rio Pallo Rio Burruyacu	<b>10.2 Distancia:</b> 500 m 500 m.
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>11.1 Difusión:</b> Local	

<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	2
	b) Valor extrínseco	2
	c) Entorno	3
	d) Estado de conservación y/o organización	5
APOYO	a) Acceso	1
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		19
<b>13. JERARQUIZACIÓN I</b>		

Cuadro 15. Atractivo turístico N° 03

**Nombre del atractivo 3:** Rio Burruyacu

**1. DATOS GENERALES**

**1.1 Encuestador:** Daniel Córdova

**1.2 Categoría:** Sitios Naturales

**1.3 Tipo:** Ríos

**1.4 Subtipo:** Riberas



Foto 3. Rio "Burruyacu"  
Fotografía: Daniel Córdova

**2. UBICACIÓN**

**2.1 Provincia:** Chimborazo      **2.2 Ciudad y/o Cantón:** Colta

**2.3 Parroquia:** Cañi

**2.4 Latitud:** S 1° 48' 2"      **2.5 Longitud:** O 78° 59' 36"

<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>		
<b>3.1 Nombre del poblado:</b>	Riobamba	Guaranda
<b>3.2 Distancia:</b>	73.5 Km.	40 Km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>		
<b>4.1 Altitud:</b> 2 363 m.s.n.m.		
<b>4.2 Temperatura:</b> 14 °C		
<b>4.3 Precipitación pluviométrica:</b> 500mm anuales		
<b>4.4 Descripción del atractivo</b>		
Es un rio de aguas cristalinas que nace de los pequeños riachuelos que descienden de la cordillera del Aichy, ideal para realizar caminatas observando la vegetación existente en la zona y para tomar un baño en sus aguas limpias y temperadas.		
<b>4.5 Permisos y restricciones</b>		
No existe ningún tipo de restricción		
<b>4.6 Usos</b>		
<b>1.6.1 Usos actuales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ninguno</li> </ul>		
<b>4.6.2 Usos potenciales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bird Watching</li> <li>• Caminatas</li> <li>• Deportes acuáticos</li> <li>• Fotografía</li> <li>• Balneario</li> <li>• Senderismo</li> </ul>		
<b>4.6.3 Necesidades turísticas</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementación de un sendero</li> <li>• Implementar señalética en el sitio</li> <li>• Diseñar un producto turístico</li> </ul>		

<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> No Alterado	
<b>5.2 Causas:</b> no se realiza ninguna actividad que amenace al atractivo, por lo que se encuentra en buenas condiciones.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> en proceso de deterioro	
<b>6.2 Causas:</b> la actividad agropecuaria que se lleva a cabo en el área circundante ha causado un detrimento en el entorno del atractivo.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado/ Tierra
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Regular	<b>7.4 Transporte:</b> Bus / Camionetas
<b>7.5 Frecuencias:</b> Diaria	
<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> todo el año, en especial los feriados.	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
<b>8.1 Facilidades turísticas</b>	
No existen facilidades turísticas en el sitio.	
<b>8.2 Servicios turísticos</b>	
No existen servicios turísticos en el sitio	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> Entubada	
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Sistema Interconectado	
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Pozo Séptico	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>
Rio Pallo	1 Km.
Rio Colorado	500 m.

<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	2
	b) Valor extrínseco	2
	c) Entorno	2
	d) Estado de conservación y/o organización	5
APOYO	a) Acceso	1
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		17
<b>13. JERARQUIZACIÓN I</b>		

Cuadro 16. Atractivo turístico N° 04

<b>Nombre del atractivo 4:</b> Cascada “Libertad”
<b>1. DATOS GENERALES</b>
<b>1.1 Encuestador:</b> Daniel Córdova
<b>1.2 Categoría:</b> Sitios Naturales
<b>1.3 Tipo:</b> Ríos
<b>1.4 Subtipo:</b> Cascadas

Foto 4. Cascada “Libertad” Fotografía: Daniel Córdova

<b>2. UBICACIÓN</b>		
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Colta	
<b>2.3 Parroquia:</b> Cañi		
<b>2.4 Latitud:</b> S 1° 45' 54"	<b>2.5 Longitud:</b> O 78° 55' 59"	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>		
<b>3.1 Nombre del poblado:</b>	Riobamba	Guaranda
<b>3.2 Distancia:</b>	73.5 Km.	40 Km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>		
<b>4.1 Altitud:</b> 3151m.s.n.m.		
<b>4.2 Temperatura:</b> 10°C		
<b>4.3 Precipitación pluviométrica:</b> 800mm anuales		
<b>4.4 Descripción del atractivo</b>		
<p>La cascada "Libertad" es una caída de agua cristalina de 12 metros de alto por 3 de ancho envuelta en una frondosa vegetación que se encuentra a 10 Km. de la cabecera parroquial por una carretera lastrada. Se ubica en el límite del bosque andino con el páramo.</p>		
<b>4.5 Permisos y restricciones</b>		
No existe ningún tipo de restricción		
<b>4.6 Usos</b>		
<b>4.6.1 Usos actuales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ninguno</li> </ul>		
<b>4.6.2 Usos potenciales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación de flora y fauna</li> <li>• Caminatas</li> <li>• Rituales andinos</li> <li>• Fotografía</li> </ul>		

<p><b>4.6.3 Necesidades turísticas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementación de un sendero</li> <li>• Implementar señalética en el sitio</li> <li>• Diseñar un producto turístico</li> </ul>
<p><b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b></p>
<p><b>5.1 Estado:</b> No alterado</p> <p><b>5.2 Causas:</b> no existe un sendero bien definido de ingreso a la cascada por lo que es difícil ingresar a la misma, por lo cual el atractivo no se ha alterado</p>
<p><b>6. ENTORNO:</b></p>
<p><b>6.1 Entorno:</b> En proceso de deterioro</p> <p><b>6.2 Causas:</b> a 50m de la cascada pasa la carretera que una la comunidad de Ambrosio Lasso con la cabecera parroquial por lo que el entorno se ha deteriorado un poco.</p>
<p><b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b></p>
<p><b>7.1 Tipo:</b> Terrestre                      <b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado</p> <p><b>7.3 Estado de vías:</b> Bueno            <b>7.4 Transporte:</b> Camionetas</p> <p><b>7.5 Frecuencias:</b> Ninguna</p> <p><b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> todo el año</p>
<p><b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b></p>
<p><b>8.1 Facilidades turísticas</b></p> <p>No existen facilidades turísticas en el sitio.</p> <p><b>8.2 Servicios turísticos</b></p> <p>No existen servicios turísticos en el sitio</p>
<p><b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b></p>
<p><b>9.1 Agua:</b> Entubada</p> <p><b>9.2 Energía eléctrica:</b> Sistema Interconectado</p> <p><b>9.3 Alcantarillado:</b> Pozo Séptico</p>

<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Comunidad Ambrosio Lasso Páramo del Aichy	<b>10.2 Distancia:</b> 4.5 Km 2 Km	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	4
	d) Estado de conservación y/o organización	5
APOYO	a) Acceso	2
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		26
<b>13. JERARQUIZACIÓN      II</b>		

Cuadro 17. Atractivo turístico N° 05

<b>Nombre del atractivo 5:</b> Laguna “Tangabana”		
<b>1. DATOS GENERALES</b>		
<b>1.1 Encuestador:</b> Daniel Córdova		
<b>1.2 Categoría:</b> Sitios Naturales		
<b>1.3 Tipo:</b> Ambientes Lacustres		
<b>1.4 Subtipo:</b> Lagunas		
		
<p>Foto 5. Laguna “Tangabana” Fotografía: Daniel Córdova</p>		
<b>2. UBICACIÓN</b>		
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Colta	
<b>2.3 Parroquia:</b> Cañi		
<b>2.4 Latitud:</b> S 1° 46´ 27”	<b>2.5 Longitud:</b> O 78° 59´ 31”	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>		
<b>3.1 Nombre del poblado:</b>	Riobamba	Guaranda
<b>3.2 Distancia:</b>	73.5 Km.	40 Km

<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>
<b>4.1 Altitud:</b> 3143 m.s.n.m.
<b>4.2 Temperatura:</b> 12°C
<b>4.3 Precipitación pluviométrica:</b> 800mm anuales
<b>4.4 Descripción del atractivo</b> La laguna de Tangabana se encuentra en la comunidad Llimbe exactamente en el límite entre el páramo y el bosque andino, es una acumulación de agua de por lo menos un diámetro de 50 metros de aguas cristalinas.
<b>4.5 Permisos y restricciones</b> No existe ningún tipo de restricción
<b>4.6 Usos</b>
<b>4.6.1 Usos actuales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ninguno</li> </ul>
<b>4.6.2 Usos potenciales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación de flora y fauna</li> <li>• Caminatas</li> <li>• Fotografía</li> <li>• Rituales andinos</li> </ul>
<b>4.6.3 Necesidades turísticas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementación de un sendero</li> <li>• Implementar señalética en el sitio</li> <li>• Diseñar un producto turístico</li> </ul>
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>
<b>5.1 Estado:</b> no alterado
<b>5.2 Causas:</b> la laguna en la actualidad no tiene ningún uso por lo que pocas personas acuden al sitio

<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> conservado	
<b>6.2 Causas:</b> la laguna se encuentra distante de las comunidades por lo que pocas personas han cultivado las tierras circundantes al atractivo.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado/tierra
<b>7.3 Estado de vías:</b> Bueno	<b>7.4 Transporte:</b> Camionetas
<b>7.5 Frecuencias:</b> Diaria	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> todo el año
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
<b>8.1 Facilidades turísticas</b> No existen facilidades turísticas en el sitio.	
<b>8.2 Servicios turísticos</b> No existen servicios turísticos en el sitio	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> Entubada	
<b>9.2 Energía eléctrica:</b> Sistema Interconectado	
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Pozo Séptico	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Bosque nublado de Yunguilla Páramo del Aichy	<b>10.2 Distancia:</b> 1 Km 500 m
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>11.1 Difusión:</b> Local	

<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	2
	b) Valor extrínseco	2
	c) Entorno	4
	d) Estado de conservación y/o organización	8
APOYO	a) Acceso	1
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		21
<b>13. JERARQUIZACIÓN I</b>		

Cuadro 18. Atractivo turístico N° 06

<b>Nombre del atractivo 6: Páramo del "Aichy"</b>		
<b>1. DATOS GENERALES</b>		
<b>1.1 Encuestador:</b> Daniel Córdova		
<b>1.2 Categoría:</b> Sitios Naturales		
<b>1.3 Tipo:</b> Bosques		
<b>1.4 Subtipo:</b> Páramo		
		
<p>Foto 6. Páramo del "Aichy" Fotografía: Daniel Córdova</p>		
<b>2. UBICACIÓN</b>		
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Colta	
<b>2.3 Parroquia:</b> Cañi		
<b>2.4 Latitud:</b> S 1° 47' 25"	<b>2.5 Longitud:</b> O 78° 54' 37"	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>		
<b>3.1 Nombre del poblado:</b>	Riobamba	Guaranda
<b>3.2 Distancia:</b>	73.5 Km.	40 Km

<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>
<b>4.1 Altitud:</b> 4170 m.s.n.m.
<b>4.2 Temperatura:</b> 9 °C
<b>4.3 Precipitación pluviométrica:</b> 800mm anuales
<b>4.4 Descripción del atractivo</b> El páramo del Aichy es un lugar excelente para realizar caminatas y observar animales como el cóndor, curiingue, venados entre otros, también es la fuente de agua dulce para la parroquia, en este sitio también se han encontrado piezas arqueológicas, por lo que podría tener una capacidad de atraer turistas.
<b>4.5 Permisos y restricciones</b> No existe ningún tipo de restricción
<b>4.6 Usos</b>
<b>4.6.1 Usos actuales</b> 2. Ninguno
<b>4.6.2 Usos potenciales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación de flora y fauna</li> <li>• Caminatas</li> <li>• Fotografía</li> <li>• Rituales andinos</li> <li>• Observación de piezas arqueológicas.</li> </ul>
<b>4.6.3 Necesidades turísticas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementación de un sendero</li> <li>• Implementar señalética en el sitio</li> <li>• Diseñar un producto turístico</li> </ul>
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>
<b>5.1 Estado:</b> No alterado
<b>5.2 Causas:</b> no se realiza ninguna actividad productiva

<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> en proceso de deterioro	
<b>6.2 Causas:</b> en las áreas circundantes se realiza ocasionalmente quema del pajonal	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado/tierra
<b>7.3 Estado de vías:</b> Bueno	<b>7.4 Transporte:</b> Camionetas
<b>7.5 Frecuencias:</b> Ninguna	
<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> todo el año	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
<b>8.1 Facilidades turísticas</b> No existen facilidades turísticas en el sitio.	
<b>8.2 Servicios turísticos</b> No existen servicios turísticos en el sitio	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> Entubada	
<b>9.2 Energía eléctrica:</b> Sistema Interconectado	
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Pozo Séptico	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Bosque de pino Laguna de Tangabana	<b>10.2 Distancia:</b> 4 Km 500 m
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>11.1 Difusión:</b> Local	

<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	2
	b) Valor extrínseco	2
	c) Entorno	2
	d) Estado de conservación y/o organización	3
APOYO	a) Acceso	1
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		14
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>I</b>		

Cuadro 19. Atractivo turístico N° 07

<b>Nombre del atractivo 7:</b> Bosque de pino de Ambrosio Lasso		
<b>1. DATOS GENERALES</b>		
<b>1.1 Encuestador:</b> Daniel Córdova		
<b>1.2 Categoría:</b> Sitio Naturales		
<b>1.3 Tipo:</b> Bosque		
<b>1.4 Subtipo:</b> Bosque de Pino		
		
<p>Foto 7. Bosque de pino "Ambrosio Lasso" Fotografía: Daniel Córdova</p>		
<b>2. UBICACIÓN</b>		
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Colta	
<b>2.3 Parroquia:</b> Cañi		
<b>2.4 Latitud:</b> S 1° 44' 38"	<b>2.5 Longitud:</b> O 78° 55' 6"	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>		
<b>3.1 Nombre del poblado:</b>	Riobamba	Guaranda
<b>3.2 Distancia:</b>	73.5 Km.	40 Km.

<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>
<b>4.1 Altitud:</b> 3670 m.s.n.m.
<b>4.2 Temperatura:</b> 8°C
<b>4.3 Precipitación pluviométrica:</b> 800mm anuales
<b>4.4 Descripción del atractivo</b> Este bosque se encuentra adyacente a la comunidad Ambrosio Lasso, se trata de casi 15 has de bosque de pino en el que habitan especies como osos de anteojos, venados, curiquingues, etc. Es el lugar ideal para realizar caminatas o excursiones y observación de flora y fauna.
<b>4.5 Permisos y restricciones</b> No existe ningún tipo de restricción
<b>4.6 Usos</b>
<b>4.6.1 Usos actuales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ninguno</li> </ul>
<b>4.6.2 Usos potenciales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación de flora y fauna</li> <li>• Senderismo</li> <li>• Fotografía</li> </ul>
<b>4.6.3 Necesidades turísticas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementación de un sendero</li> <li>• Implementar señalética en el sitio</li> <li>• Diseñar un producto turístico</li> </ul>
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>
<b>5.1 Estado:</b> Alterado
<b>5.2 Causas:</b> ocasionalmente los pobladores de la comunidad adyacente realizan tala de bosque

<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> en proceso de deterioro	
<b>6.2 Causas:</b> actividad agropecuaria	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado/tierra
<b>7.3 Estado de vías:</b> Bueno	<b>7.4 Transporte:</b> Camionetas
<b>7.5 Frecuencias:</b> Ninguna	
<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> todo el año	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
<b>8.1 Facilidades turísticas</b> No existen facilidades turísticas en el sitio.	
<b>8.2 Servicios turísticos</b> No existen servicios turísticos en el sitio	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> Entubada	
<b>9.2 Energía eléctrica:</b> Sistema Interconectado	
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Pozo Séptico	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Páramo del Aichy	<b>10.2 Distancia:</b> 4 Km
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>11.1 Difusión:</b> Local	

<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	4
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	3
	d) Estado de conservación y/o organización	3
APOYO	a) Acceso	2
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		20
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b> I		

Cuadro 20. Atractivo turístico N° 08

<b>Nombre del atractivo 8:</b> Bosque Cashca- Totoras	
<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Daniel Córdova	
<b>1.2 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.3 Tipo:</b> Sistema de Áreas Protegidas	
<b>1.4 Subtipo:</b> Bosque Protector	
	
<p>Foto 8. Bosque "Cashca-Totoras" Fotografía: Daniel Córdova</p>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Colta
<b>2.3 Parroquia:</b> Cañi	
<b>2.4 Latitud:</b> S 1° 46' 42"	<b>2.5 Longitud:</b> O 78° 57' 36"



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar un producto turístico</li> </ul>
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>
<p><b>5.1 Estado: No alterado</b></p> <p><b>5.2 Causas:</b> el hecho de ser un área protegida ha hecho que el atractivo no se altere.</p>
<b>6. ENTORNO:</b>
<p><b>6.1 Entorno:</b> en proceso de deterioro</p> <p><b>6.2 Causas:</b> los lugares adyacentes al bosque protector se encuentra destinadas a la producción agrícola y pecuaria.</p>
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>
<p><b>7.1 Tipo:</b> Terrestre                      <b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado/tierra</p> <p><b>7.3 Estado de vías:</b> Bueno            <b>7.4 Transporte:</b> Bus/Camionetas</p> <p><b>7.5 Frecuencias:</b> Diaria</p> <p><b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> todo el año</p>
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>
<p><b>8.1 Facilidades turísticas</b></p> <p>No existen facilidades turísticas en el sitio.</p> <p><b>8.2 Servicios turísticos</b></p> <p>No existen servicios turísticos en el sitio</p>
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>
<p><b>9.1 Agua:</b> Entubada</p> <p><b>9.2 Energía eléctrica:</b> Sistema Interconectado</p> <p><b>9.3 Alcantarillado:</b> Pozo Séptico</p>

<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>	
Bosque de Pino	4 Km	
Laguna de Tangabana	3 Km	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	3
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	3
	d) Estado de conservación y/o organización	5
APOYO	a) Acceso	1
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		19
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
I		

Cuadro 21. Atractivo turístico N° 09

<b>Nombre del atractivo 9:</b> Bosque nublado Yunguilla	
<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Daniel Córdova	
<b>1.2 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.3 Tipo:</b> Bosques	
<b>1.4 Subtipo:</b> Nublado Occidental	
	
Foto 9. Bosque nublado de Yunguilla Fotografía: Daniel Córdova	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Colta
<b>2.3 Parroquia:</b> Cañi	
<b>2.4 Latitud:</b> S 1° 59' 48"	<b>2.5 Longitud:</b> O 78° 59' 44"
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	

<b>3.1 Nombre del poblado:</b>	Riobamba	Guaranda
<b>3.2 Distancia:</b>	73.5 Km.	40 Km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>		
<b>4.1 Altitud:</b>	2309 m.s.n.m.	
<b>4.2 Temperatura:</b>	12°C	
<b>4.3 Precipitación pluviométrica:</b>	900mm anuales	
<b>4.4 Descripción del atractivo</b>		
<p>El bosque nublado de Yunguilla se encuentra en las estribaciones de la cordillera del Aichy, en el sector de Yunguilla, en este sitio se encuentran muchas especies tanto de flora como de fauna.</p>		
<b>4.5 Permisos y restricciones</b>		
No existe ningún tipo de restricción		
<b>4.6 Usos</b>		
<b>4.6.1 Usos actuales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ninguno</li> </ul>		
<b>4.6.2 Usos potenciales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación de flora y fauna</li> <li>• Fotografía</li> <li>• Caminatas</li> <li>• Camping</li> </ul>		
<b>4.6.3 Necesidades turísticas</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementación de un sendero</li> <li>• Implementar señalética en el sitio</li> <li>• Implementar una Zona de Camping</li> <li>• Diseñar un producto turístico</li> </ul>		

<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
5.1 Estado: No alterado	
5.2 Causas: Tiempo atrás llegaron funcionarios del Ministerio del Ambiente y prohibieron que la frontera agrícola siga avanzando.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
6.1 Entorno: en proceso de conservación	
6.2 Causas: la actividad agropecuaria en las cercanías del bosque	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Lastrado/tierra
7.3 Estado de vías: Bueno	7.4 Transporte: Camionetas
7.5 Frecuencias: Ninguna	
7.6 Temporalidad de acceso: todo el año	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
8.1 Facilidades turísticas No existen facilidades turísticas en el sitio.	
8.2 Servicios turísticos No existen servicios turísticos en el sitio	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
9.1 Agua: Entubada	
9.2 Energía eléctrica: Sistema Interconectado	
9.3 Alcantarillado: Pozo Séptico	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>	
10.1 Nombre del atractivo: Laguna de Tangabana	10.2 Distancia: 3 Km

<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	3
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	3
	d) Estado de conservación y/o organización	3
APOYO	a) Acceso	1
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		19
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b> I		

## 2) Atractivos turísticos culturales

Cuadro 22. Atractivo turístico N° 10

<b>Nombre del atractivo 10:</b> Piezas Arqueológicas	
<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Daniel Córdova	
<b>1.2 Categoría:</b> Manifestaciones Culturales	
<b>1.3 Tipo:</b> Históricas	
<b>1.4 Subtipo:</b> Colecciones Particulares	
	
Foto 10. Piezas Arqueológicas Fotografía: Daniel Córdova	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Colta
<b>2.3 Parroquia:</b> Cañi	
<b>2.4 Latitud:</b> S 1° 46' 53"	<b>2.5 Longitud:</b> O 79° 00' 17"

<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>		
<b>3.1 Nombre del poblado:</b>	Riobamba	Guaranda
<b>3.2 Distancia:</b>	73.5 Km.	
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>		
<b>4.1 Altitud:</b>	2654 m.s.n.m.	
<b>4.2 Temperatura:</b>	14 °C	
<b>4.3 Precipitación pluviométrica:</b>	500 mm anuales	
<b>4.4 Descripción del atractivo</b>	<p>En la parroquia se han encontrado piezas arqueológicas como vasijas, pondos, ollas trípodes en algunos sectores como Tablahuyco, Pialán entre otros pero hasta el momento no se ha realizado una investigación a fondo de las mismas. Estas piezas se podrían utilizar para formar un pequeño museo o a su vez para dar reconocimiento a la parroquia.</p>	
<b>4.5 Permisos y restricciones</b>	No existe ningún tipo de restricción	
<b>4.6 Usos</b>		
<b>4.6.1 Usos actuales</b>	3. Ninguno	
<b>4.6.2 Usos potenciales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Muestra itinerante</li> <li>• Museo</li> </ul>	
<b>4.6.3 Necesidades turísticas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementación de un centro interpretativo</li> <li>• Diseñar un producto turístico</li> </ul>	

<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado: Alterado</b>	
<b>5.2 Causas:</b> estas piezas son recogidas por los comuneros y nunca se ha realizado una investigación a fondo que revele a que cultura pertenece por lo que este atractivo se ha visto alterado.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> en proceso de deterioro	
<b>6.2 Causas:</b> no se ha realizado un inventario de las piezas	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado/tierra
<b>7.3 Estado de vías:</b> Bueno	<b>7.4 Transporte:</b> Bus / Camionetas
<b>7.5 Frecuencias:</b> Diaria	
<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> todo el año	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
<b>8.1 Facilidades turísticas</b> No existen facilidades turísticas en el sitio.	
<b>8.2 Servicios turísticos</b> No existen servicios turísticos en el sitio	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> Entubada	
<b>9.2 Energía eléctrica:</b> Sistema Interconectado	
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Pozo Séptico	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>	

<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Comunidad Ambrosio Lasso Laguna de Tangabana	<b>10.2 Distancia:</b> 4 Km 500 m	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
11.1 Difusión: Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	15
	b) Valor extrínseco	1
	c) Entorno	1
	d) Estado de conservación y/o organización	1
APOYO	a) Acceso	1
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		23
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		I

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Daniel Córdova

### 3) Cuadro resumen de atractivos turísticos

Cuadro 23. Resumen de los atractivos turísticos naturales y culturales.

NÚMERO	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA
1	Rio Pallo	Sitio Naturales	Ríos	Riberas	II
2	Rio Colorado	Sitio Naturales	Ríos	Rápidos o caudales	I
3	Rio Burreyacu	Sitio Naturales	Ríos	Riberas	I
4	Cascada "Libertad"	Sitio Naturales	Ríos	Cascada	II
5	Laguna "Tangabana"	Sitio Naturales	Ambientes Lacustres	Laguna	I
6	Páramo del Aichy	Sitio Naturales	Bosques	Páramo	I
7	Bosque de Pino Ambrosio Lasso	Sitio Naturales	Bosques	Bosque de Pino	I
8	Bosque Cashca – Totoras	Sitio Naturales	Sistema de áreas protegidas	Bosque Protector	I
9	Bosque Nublado yunguilla	Sitio Naturales	Bosque	Nublado Occidental	I
10	Piezas Arqueológicas	Manifestaciones culturales	Históricas	Colecciones Particulares	I

Fuente: Inventario de atractivos turísticos

Elaborado por: Daniel Córdova

#### 4) Declaración de la imagen turística

Cuadro 24. Resumen de la valoración y jerarquización de los atractivos turísticos establecidos en la parroquia Cañi

<b>RESUMEN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>			
<b>CRITERIO</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
Categoría	Sitios Naturales	9	90
	Manifestaciones Culturales	1	10
	<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100</b>
Estado de Conservación del Atractivo	Conservados	8	80
	Alterados	2	20
	<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100</b>
Jerarquía	I	8	80
	II	2	20
	III	0	0
	IV	0	0
	<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Fuente: Inventario de atractivos turísticos.

Elaborado por: Daniel Córdova

Los atractivos turísticos de la parroquia Cañi son en un 90% sitios naturales, y apenas un 10% manifestaciones culturales, esto puede deberse a la alta tasa de migración que la parroquia posee, pero un punto a resaltar es que el 80% de los mismos se encuentra en buen estado de conservación, lo cual también se puede deber a que no existe muchos pobladores en la parroquia y por tal motivo no hay la suficiente fuerza productiva para que cada año avance la frontera agrícola hacia los lugares donde existen los atractivos turísticos. La mayoría de atractivos son de jerarquía I pero no porque no sean importantes paisajísticamente o por qué no llamen la atención, sino porque no existen facilidades básicas y servicios

turísticos, lo cual se podría remediar mediante una inversión de parte de instituciones públicas, privadas o alguna ONG.

Por lo expuesto anteriormente la imagen turística de la parroquia Cañi será:

*“Cañi, paisaje misterioso y escondido por páramos y bosques, tallado por ríos de agua resplandeciente, de gente cálida y trabajadora, donde los antepasados todavía parecen caminar; invita a recorrer paraísos naturales, recónditos y llenos de vida”*

Grafico15. Imagen turística de Cañi



La marca Cañi busca representar el entorno que forma parte de esta parroquia; generar interés posicionamiento y pertinencia con el mismo, con formas sencillas, claras y fáciles de interpretar con un alto contenido cultural y simbólico. Cañi cuenta con un entorno rodeado de montañas, ríos, flora y fauna propia de los bosques andinos del Ecuador. Su mayor fuente de producción agrícola es el maíz. El animal más representativo de la zona es el oso de anteojos animal nativo del Ecuador, el cual tiene como particularidad su color negro y tiras de color blanco al rededor de sus ojos las mismas que dan el nombre a este animal.

Partimos por obtener el color predominante del páramo que son de color café en distintas tonalidades sin embargo se tomo como principales dos colores que son los que resaltan en dichos paramos estos se presentan en gradiente de manera lineal. Al ver la marca identificamos el color verde en dos tonalidades que representan en color y forma la hoja del maíz y al mismo tiempo en color la flora del entorno. La franja azul viene a representar las fuentes hídricas del lugar. Como

elemento más notorio en la marca viene a ser el oso de anteojos el mismo que es nativo de la zona.

La marca está compuesta por una serie de imágenes, signos y estructuras formalizadas en un tiempo y un espacio determinados, con el que se construye un significado intencional. Al proporcionar un mensaje que apoye la intencionalidad de la marca esta pasa a ser un elemento fundamental en la concepción de la misma. El slogan busca crear el interés en las personas por apropiarse del lugar y sus alrededores; el tener que pasar por un conjunto de parajes que llevan a un punto clave que viene a ser la Parroquia Cañi, para esto se requiere un concepto que totalice todo lo que representa dicha Parroquia. El concepto que cumple con las características para hacer de Cañi el punto de atención es UN PARAISO POR DESCUBRIR.

## 5) Mapa de atractivos turísticos de la parroquia Cañi

Gráfico 16. Atractivos turísticos de la parroquia Cañi



Fuente: Levantamiento de campo  
Elaborado por: Daniel Córdova

## b. Catastro de servicios turísticos

En la parroquia Cañi no existe ningún establecimiento que oferte algún tipo de servicio turístico ya que el turismo en el lugar aún no ha tenido un proceso de desarrollo; pero en las ciudades cercanas como Riobamba y Guaranda existen un sin número de lugares que prestan servicios turísticos, los cuales se muestran a continuación:

Cuadro 25. Prestadores de servicio turísticos en la ciudad de Riobamba

<b>INTERMEDIACIÓN</b>								
<b>Agencias de Viajes</b>		<b>Operadoras de turismo</b>		<b>Dualidad</b>		<b>Total</b>		
10		18		13		41		
<b>ALOJAMIENTO</b>								
<b>Hostal</b>	<b>Hostal Residencia</b>	<b>Hostería</b>	<b>Hotel</b>	<b>Pensión</b>	<b>Albergue</b>	<b>Apart Hotel</b>	<b>Total</b>	
32	33	7	15	7	2	1	97	
<b>RECREACIÓN Y DIVERSIÓN</b>								
<b>Discoteca</b>		<b>Sala de juego</b>		<b>Sala de baile</b>		<b>Sala de recepciones</b>		<b>Total</b>
9		1		1		13		24
<b>ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>								
<b>Restaurant</b>		<b>Cafetería</b>		<b>Fuentes de soda</b>		<b>Total</b>		
297		21		65		383		

Fuente: Catastro de prestadores de servicios turísticos MINTUR 2009

Elaborado por: Daniel Córdova

De la igual forma en la ciudad de Guaranda existen establecimientos que ofertan servicios turísticos aunque en menor cantidad que en la ciudad de Riobamba, como se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro 26. Prestadores de servicio turísticos en la ciudad de Guaranda

<b>INTERMEDIACIÓN</b>			
<b>Agencias de Viajes</b>	<b>Operadoras de turismo</b>	<b>Dualidad</b>	<b>Total</b>
1	1	0	2
<b>ALOJAMIENTO</b>			
<b>Hostal</b>	<b>Hostal Residencia</b>	<b>Pensión</b>	<b>Total</b>
12	2	7	21
<b>RECREACIÓN Y DIVERSIÓN</b>			
<b>Discotecas</b>		<b>Bar</b>	<b>Total</b>
2		7	9
<b>ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>			
<b>Restaurantes</b>	<b>Cafetería</b>	<b>Fuentes de soda</b>	<b>Total</b>
25	4	3	32

Fuente: Catastro de prestadores de servicios turísticos MINTUR 2009

Elaborado por: Daniel Córdova

### c. Productos turísticos

En la parroquia Cañi no existe ningún producto turístico diseñado, razón por la cual la importancia de la elaboración del plan de desarrollo turístico para evaluar el potencial turístico de la parroquia, para después diseñar productos turísticos novedosos capaces de cautivar la atención de turistas tanto nacionales como extranjeros; no obstante el producto turístico estrella al que se puede articular es la Avenida de los Volcanes porque nos encontramos en pleno callejón interandino y por la similitud de ecosistemas y modalidades de turismo que la parroquia puede ofrecer.

#### **d. Oferta sustitutiva**

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se ha definido como oferta sustitutiva a la comunidad Pulingui ya que este territorio ha trabajado en la actividad turística desde el año 2001, lo cual denota un desarrollo turístico más avanzado que la parroquia Cañi, además si se toma en cuenta los posibles productos turísticos que podría ofertar se encontró un cierto grado de similitud. El análisis de la oferta sustitutiva se lo realizó en los siguientes aspectos que se detallan a continuación.

##### **1) Atractivos turísticos**

El sector se caracteriza por poseer importantes recursos turísticos naturales y culturales como miradores naturales, flora y fauna, además las costumbres y tradiciones de la población.

Cuadro 27. Atractivos turísticos de la oferta complementaria

<b>Nombre del atractivo</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Jerarquía</b>
Minas de Hielo del Chimborazo	Sitios Naturales	Montaña	Glaciales	II
Nevado Chimborazo	Sitios Naturales	Montaña	Altas Montañas	III
Chorrera	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	II
Bosque de Polylepis	Sitios Naturales	Bosques	Páramo	II
Árbol solitario	Sitios Naturales	Bosque	Páramo	II
Comunidad Pulingui San Pablo	Manifestaciones culturales	Etnografía	Grupos étnicos	II

Fuente: Plan de vida 2008-2012 Razu Ñan  
Elaborado por: Daniel Córdova

## **2) Servicios básicos**

En cuanto a los servicios básicos que posee el sector se define lo siguiente: el agua de consumo humano llegó hace 20 años, todas las familias ponen de este servicio. Todas las familias disponen de fluido eléctrico proveniente del sistema interconectado nacional, la comunidad tiene energía eléctrica desde el año 1980. Respecto al alcantarillado la comunidad no poseen alcantarillado, sin embargo las familias disponen de pozos sépticos como alternativa al tratamiento de las aguas residuales. En cuanto a la recolección y tratamientos de desechos, la comunidad de Pulinguí no cuenta con el servicio de recolección de basura, es así que los desechos orgánicos lo arrojan en los terrenos y los desechos sólidos lo queman o los arrojan en las calles.

## **3) Servicios turísticos**

En la comunidad de Pulingui existen varios servicios turísticos los cuales se detallan a continuación:

### **a) Alojamiento**

El alojamiento se los realiza en las instalaciones pertenecientes a la asociación Santa Anita, es considerado como albergue, con una capacidad de 22 pax, distribuidos en 5 dormitorios, las acomodaciones se las puede realizar en: cuatro dormitorios que poseen tres camas individuales cada uno (8 pax) y un dormitorio con cinco camas literas (10 Pax); 2 dormitorios poseen un baño con ducha y agua caliente. Adicional se dispone de un baño y duchas en las afuera de las instalaciones. Los dormitorios en el momento del alojamiento, disponen de una toalla, y un jabón, únicamente los dormitorios que tienen baño.

## **b) Alimentación**

El servicio de alimentación, cuenta con la oferta de desayunos continental y americano, almuerzo (una sopa o crema, plato fuerte, jugo y postre); meriendas (una sopa o crema, plato fuerte y jugo), refrigerios, (sanduche, bebida, fruta) etc. En la actualidad se planifica los menús, y las porciones. El servicio se efectúa en un comedor que tiene la capacidad para 24 pax (personas), con 3 mesas rectangulares de 8 pax, para el montaje de la mesa disponen de mantelería básica.

## **c) Guianza**

Los 14 socios del grupo Razu Ñan, tienen licencia de guías nativos, en su desenvolvimiento es necesario reforzar sus conocimiento en el manejo de grupos, idioma extranjero, primeros auxilios, conocimiento de mucha importancia en el momento de lograr la satisfacción del turista. Gracias al apoyo de diferentes organizaciones y en especial de la CORDTUCH, se han desarrollado diferentes capacitaciones y talleres se aportan al fortalecimiento de la organización.

## **d) Transporte**

El servicio de transporte que se oferta en el paquete es el alquiler de camionetas que se utiliza para ir desde las instalaciones de Santa Anita hacia las minas de hielo, los dueños de las camionetas pertenecen a la comunidad, no se encuentran agrupados en ninguna cooperativa, son de uso personal. En cada camioneta pueden ir de 9 a 12 turistas como máximo. El viaje en la camioneta es alrededor 1 hora hasta llegar al inicio del sendero.

#### e) Venta de artesanías

Elaboradas por la Asociación de Mujeres de la Comunidad con materiales de la zona como: lana de borrego, paja de páramo y cabuya.

#### f) Actividades Recreacionales

La comunidad Pulingui con su Operación de Turismo Comunitario Razu Ñan disponen de espacios que permiten el desarrollo de varias actividades como: caminatas, camping observación de flora y fauna, interpretación ambiental, cabalgatas, fotografías del paisaje, convivencia cultural y visita a proyectos productivos.

#### 4) Productos turísticos

En el siguiente cuadro se definen los productos ofertados por la oferta sustitutiva y además se análisis las actividades, servicios adicionales, duración y costo de los mismos.

Cuadro 28. Productos ofertados por la oferta sustitutiva.

<b>PRODUCTO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>SERVICIOS ADICIONALES</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>COSTO (por pax)</b>
Minas de hielo del Chimborazo	Intercambio cultural, observación e interpretación de flora y fauna nativas. Visita a las minas del nevado Chimborazo.	Alquiler de Caballos, transporte	1 a 3 días	97 – 176 USD

<b>PRODUCTO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>SERVICIOS ADICIONALES</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>COSTO (por pax)</b>
Bosque de polypelis.	Observación e interpretación de flora y fauna, recorridos por el ecosistema páramo.	Alquiler de caballos, transporte	De 1 a 3 días	20 – 186 USD
Templo Machay	Participación en rituales andinos. Intercambio cultural.	Alquiler de caballos, transporte.	De 1 a 3 días	20 – 186 USD

Fuente: Guadalupe. A. 2009  
 Elaborado por: Daniel Córdova

## 5) Demanda

De acuerdo a registro existente en la comunidad en el año 2009 se recibieron un total de 1040 turistas, en el centro de turismo comunitario Pulingui San Pablo, este dato será tomado como base para la proyección de la oferta sustitutiva.

### 3. Estudio de la demanda

#### a. Mercado externo

Nuestro país es muy visitado por turistas extranjeros, ya que el producto turístico que oferta el país es el que más adeptos tiene hoy en día. Los principales países emisores de turistas para el Ecuador son los Estados Unidos y España y los ya muy conocidos países vecinos Colombia y Perú; para el resto de países de América, Europa y el resto de continentes tenemos lo siguiente:

Cuadro 29. Ingreso de turistas al Ecuador por nacionalidad

<b>PAÍS DE PROCEDENCIA</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
<b>AMÉRICA</b>	<b>738.955</b>	<b>769.332</b>	<b>736.788</b>	<b>821.429</b>	<b>873.663</b>
Argentina	8.089	9.067	11.759	15.019	15.482
Bolivia	954	1.212	1.727	2.462	2.252
Brasil	2.971	4.014	6.456	8.950	9.643
Canadá	2.260	2.611	5.041	6.613	6.011
Colombia	209.361	211.799	210.742	236.348	239.838
Costa Rica	13.336	10.836	7.626	5.703	8.599
Chile	18.545	17.970	18.041	18.832	22.186
Estados Unidos	195.735	216.332	230.054	262.157	265.611
México	4.397	11.838	6.780	8.585	9.981
Panamá	26.457	24.952	21.904	20.276	27.597
Perú	240.530	241.483	196.690	207.774	226.672
Uruguay	408	557	919	1.499	1.381
Venezuela	12.648	12.355	11.417	15.878	20.363
Resto de América	3.264	4.306	7.632	11.333	18.047
<b>EUROPA</b>	<b>76.858</b>	<b>87.423</b>	<b>98.992</b>	<b>110.187</b>	<b>119.225</b>
Alemania	3.065	3.243	6.264	7.453	7.760
Austria	271	347	580	750	799
Bélgica	623	784	1.301	1.639	1.655
España	42.330	49.202	49.890	53.506	60.179
Francia	2.060	2.785	4.661	5.850	6.351
Holanda	20.089	21.122	17.313	17.529	20.809
Italia	3.177	3.486	5.302	5.984	6.118
Reino Unido	1.805	2.576	6.009	7.500	6.489
Suiza	1.258	1.409	2.737	3.022	2.845
Suecia	342	427	862	1.275	1.100

<b>PAÍS DE PROCEDENCIA</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
Resto de Europa	1.838	2.042	4.073	5.679	5.120
<b>ASIA</b>	<b>2.324</b>	<b>2.176</b>	<b>3.378</b>	<b>4.471</b>	<b>10.755</b>
<b>ÁFRICA</b>	<b>346</b>	<b>369</b>	<b>256</b>	<b>210</b>	<b>225</b>
<b>OCEANÍA</b>	<b>443</b>	<b>575</b>	<b>1.114</b>	<b>1.175</b>	<b>1.417</b>
<b>SIN ESPECIFICAR</b>	<b>1</b>	<b>13</b>	<b>27</b>	<b>15</b>	<b>12</b>
<b>T O T A L</b>	<b>818.927</b>	<b>859.888</b>	<b>840.555</b>	<b>937.487</b>	<b>1.005.297</b>

Fuente: Anuarios de Entradas y Salidas Internacionales - INEC 2004-2007, Dirección Nacional de Migración – 2008, Estimación Ministerio de Turismo  
Elaborado por: Daniel Córdova

La modalidad de turismo sostenible que en la actualidad oferta el país, cada día tiene más demandantes, por lo que la evolución de los ingresos de turistas extranjeros mejora con el pasar del tiempo, consecuencia de esto es que el turismo se vuelve cada vez más importante para la economía de los pueblos y del país en general.

#### **b. Mercado interno**

En cuanto al movimiento del turismo interno en el Ecuador, el MINTUR realizó una serie de estudios en el año 2003 del cual se desprendió datos importantes como los casi diez millones de turistas internos de los cuales 3.504.131 (36%) son turistas que solo permanecen en el destino turístico un día es decir son excursionistas y 6.354.341 (64%) son turistas con al menos una noche de pernoctación fuera de su lugar de residencia.

Los ecuatorianos que realizan turismo tienen ciertas preferencias definidas, en donde la diversión, el turismo a aéreas naturales y la realización de deportes acaparan más del 50% de turistas nacionales; cabe recalcar que la parroquia Cañi

tiene un sin número de ecosistemas que se encuentran en buen estado de conservación, y lugares en donde se pueden recrearse y divertirse.

### **c. Segmentación del mercado**

Para el análisis de la demanda, se ha tomado en cuenta los índices geográficos, demográficos y psicográficas, se puede decir que este sitio está dirigido a los turistas extranjeros que visitan la ciudad de Riobamba y Guaranda de las provincias de Chimborazo y Bolívar respectivamente; por otro lado para el mercado interno se tomó en cuenta a la población económicamente activa de las ciudades de Riobamba y Guaranda ya que son las ciudades más cercanas a la parroquia.

### **d. Universo**

Para determinar el universo de estudio se tomó los datos del Ministerio de Turismo de la entrada de turistas extranjeros por ciudad; y como ya se explicó con anterioridad para el mercado nacional se tomó en cuenta a la población económicamente activa de la zona urbana de las ciudades de Riobamba y Guaranda.

Cuadro 30. Universo de estudio nacional y extranjero

<b>UNIVERSO DE ESTUDIO</b>	
<b>Turistas nacionales</b>	
<b>Riobamba</b>	<b>Guaranda</b>
70646	23049
<b>Turistas Extranjeros</b>	
<b>Riobamba</b>	<b>Guaranda</b>
11222	3778

Fuente: Censo 2010/Boletín de estadísticas turísticas  
Elaborado por: Daniel Córdova

### **e. Cálculo de la muestra**

La población económicamente activa de la zona urbana de la ciudad de Riobamba y Guaranda es de 93695 según datos del censo 2010 realizado por el INEC. Según los datos del Ministerio de Turismo, las entradas de turistas extranjeros a las ciudades de Riobamba y Guaranda son de 15000, además para calcular la muestra se ha utilizado un margen de error del 8%. Las encuestas a los turistas nacionales se realizaron en sitios céntricos comerciales de las ciudades de Riobamba y Guaranda, y las encuestas a los turistas extranjeros se las realizó en sitios estratégicos como la estación del tren en Alausí, la reserva de producción faunística del Chimborazo, el parque nacional Sangay.

#### **DATOS (Demanda nacional)**

$$N = 93695$$

$$e = 8\%$$

$$z = 1,75$$

$$p.q = 0,25$$

$$n = N. p. q / (N-1)(e/z)^2 + p. q$$

$$n = 93695 (0,25) / 93694 (0,08/1.75)^2 + (0,25)$$

$$n = 23423,75 / 196,05$$

$$n = 119$$

#### **DATOS (Demanda extranjera)**

$$N = 15000$$

$$e = 8\%$$

$$z = 1,75$$

$$p.q = 0,25$$

$$n = N. p. q / (N-1)(e/z)^2 + p. q$$

$$n = 15000 (0,25) / 14999 (0,08/1.75)^2 + (0,25)$$

$$n = 3750,75 / 31,59$$

$$n = 118$$

## f. Caracterización de la demanda

### 1) Género de los turistas nacionales y extranjeros

De los turistas nacionales encuestados el género femenino representa en 43% en tanto que el masculino representa el 57 %; en cuanto a los turistas extranjeros la población femenina representa el 41% mientras que la masculina representa el 59%.

Cuadro 31. Género de turistas nacionales y extranjeros

<b>Género de los turistas</b>			
	<b>Género</b>	<b>Subtotal</b>	<b>Porcentaje</b>
Turistas Nacionales	Masculino	68	57
	Femenino	51	43
Turistas Extranjeros	Masculino	69	59
	Femenino	49	41
	Total	237	200.0

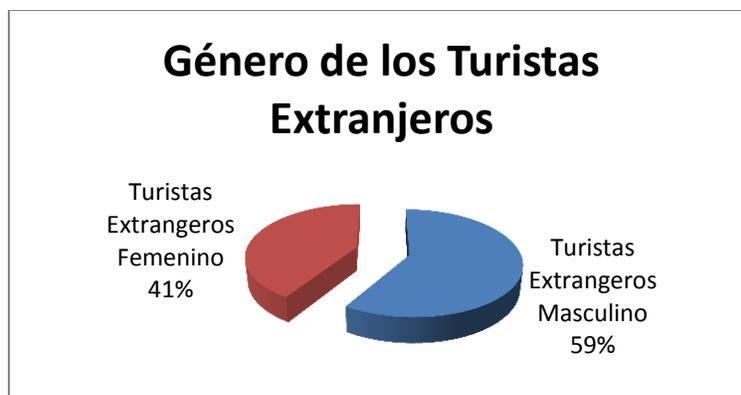
Fuente: Encuestas a turistas nacionales y extranjeros  
Elaborado por: Daniel Córdova

Gráfico 17. Género de turistas nacionales



Fuente: Cuadro N° 28. Género de turistas nacionales y extranjeros  
Elaborado por: Daniel Córdova

Gráfico 18. Género de turistas extranjeros



Fuente: Cuadro N° 28. Género de turistas nacionales y extranjeros  
Elaborado por: Daniel Córdova

## 2) Edad de los turistas nacionales y extranjeros

La edad de turistas nacionales encuestados se encuentra mayoritariamente en el rango de entre 19 y 29 años que representa un 71%, los turistas menores de 18 representa apenas el 6%, los turistas nacionales de entre 30 y 40 años representan el 10% y los turistas nacionales de más de 41 años representan el 14%; en cuanto a los turistas extranjeros encuestados de entre 19 y 29 años representan el 47%, los de entre 30 y 40 años representan el 12%, y los turistas de más de 41 años representan el 41%.

Cuadro 32. Edad de turistas nacionales y extranjeros

Edad de los Turistas			
	Edad	Subtotal	Porcentaje
Turistas Nacionales	Menos de 18	7	6
	Entre 19 y 29	84	71
	Entre 30 y 40	12	10
	Más de 41	16	14
Turistas Extranjeros	Entre 19 y 29	56	47
	Entre 30 y 40	14	12

<b>Edad de los Turistas</b>			
	<b>Edad</b>	<b>Subtotal</b>	<b>Porcentaje</b>
	más de 41	49	41
	<b>Total</b>	237	200.0

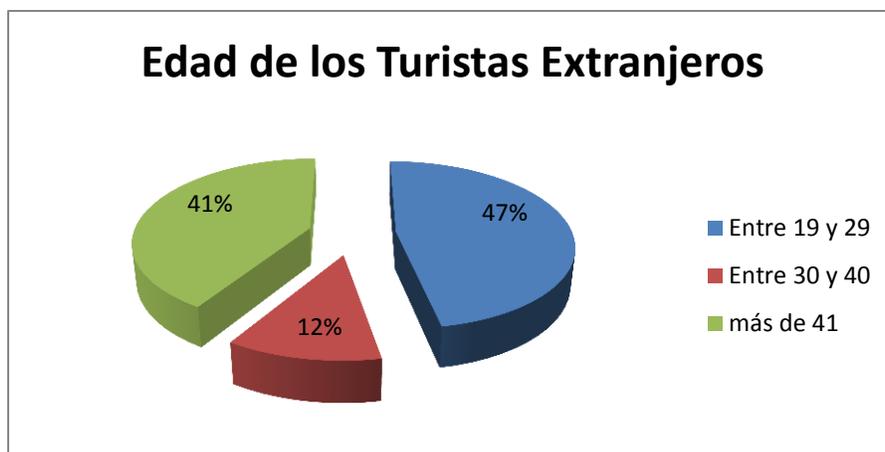
Fuente: Encuestas a turistas nacionales y extranjeros  
Elaborado por: Daniel Córdova

Gráfico 19. Edad de turistas nacionales



Fuente: Cuadro N° 29. Edad de turistas nacionales y extranjeros  
Elaborado por: Daniel Córdova

Gráfico 20. Edad de turistas extranjeros



Fuente: Cuadro N° 29. Edad de turistas nacionales y extranjeros  
Elaborado por: Daniel Córdova

### 3) Procedencia de los turistas nacionales y extranjeros

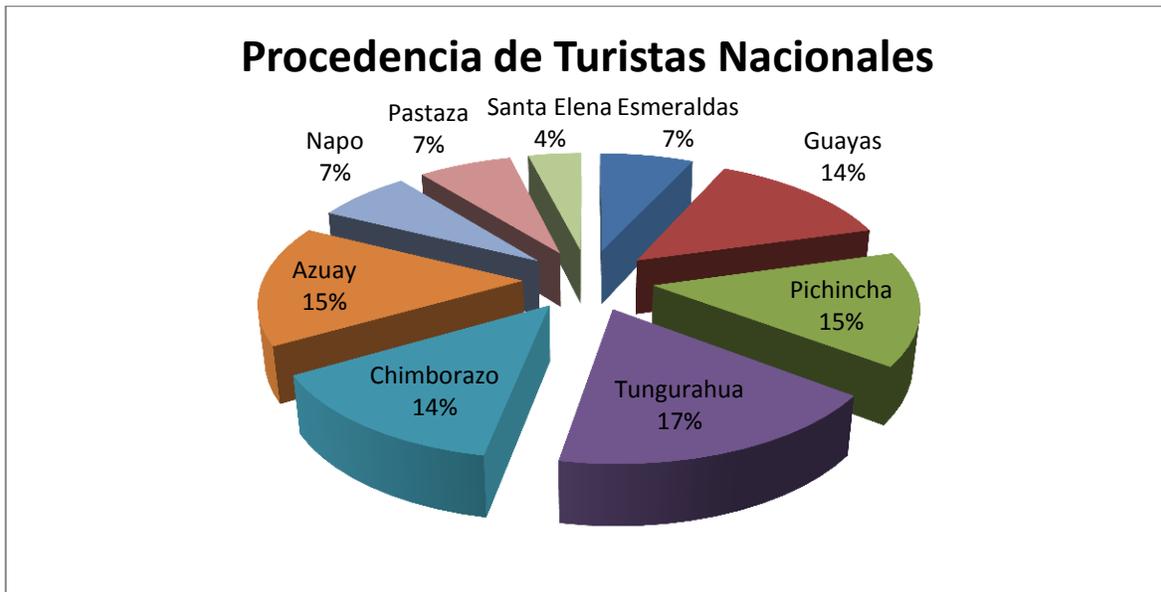
En cuanto al lugar de procedencia de los turistas nacionales, el 7% viven en Esmeraldas, el 14% provienen de la provincia de Guayas, de Pichincha el 14.7%, de Tungurahua el 18%, de Chimborazo el 14, de Azuay el 16%, de Napo el 7%, de Pastaza el 7%, y de Santa Elena el 4%.

Cuadro 33. Lugar de procedencia de los turistas nacionales

<b>Provincia de procedencia</b>			
	<b>Provincia</b>	<b>Subtotal</b>	<b>Porcentaje</b>
Turistas Nacionales	Esmeraldas	8	7
	Guayas	16	14
	Pichincha	18	15
	Tungurahua	21	18
	Chimborazo	16	14
	Azuay	19	16
	Napo	8	7
	Pastaza	8	7
	Santa Elena	5	4
	Total	119	100.0

Fuente: Encuestas a turistas nacionales  
Elaborado por: Daniel Córdova

Gráfico 21. Lugar de procedencia de los turistas nacionales



Fuente: Cuadro N° 30. Lugar de procedencia de los turistas nacionales  
Elaborado por: Daniel Córdova

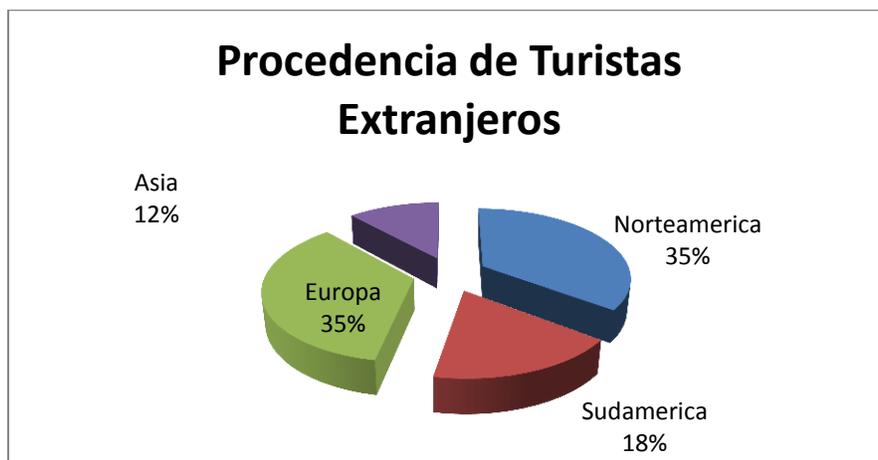
En cuanto a los turistas extranjeros el 35% vienen de los países de Norteamérica como Estados Unidos y Canadá, de países de Sudamérica como Colombia y Perú en su mayoría el 18%, de países de Europa el 35% donde predominan España, Francia y Holanda; y de Asia el 12%.

Cuadro 34. Lugar de procedencia de los turistas Extranjeros

Nacionalidad de los Turistas			
	Procedencia	Subtotal	Porcentaje
Turistas Extranjeros	Norteamérica	42	35
	Sudamérica	21	18
	Europa	42	35
	Asia	14	12
	<b>Total</b>	118	100.0

Fuente: Encuestas a turistas extranjeros  
Elaborado por: Daniel Córdova

Gráfico 22. Lugar de procedencia de los turistas extranjeros



Fuente: Cuadro N° 31. Lugar de procedencia de los turistas Extranjeros  
Elaborado por: Daniel Córdova

#### 4) Motivos que incentivaron el viaje de los turistas

Dentro del motivo de viaje de los turistas nacionales encuestados, el turismo representa el 79%, la investigación representa el 5.9%, los estudios ambientales representa el 7%, el comercio representa el 2% y otros motivos como estudios universitarios representa el 6%; en cuanto a los turistas extranjeros los motivos de viaje son el turismo, la investigación y los estudios ambientales con 59%, 18%, 23% respectivamente.

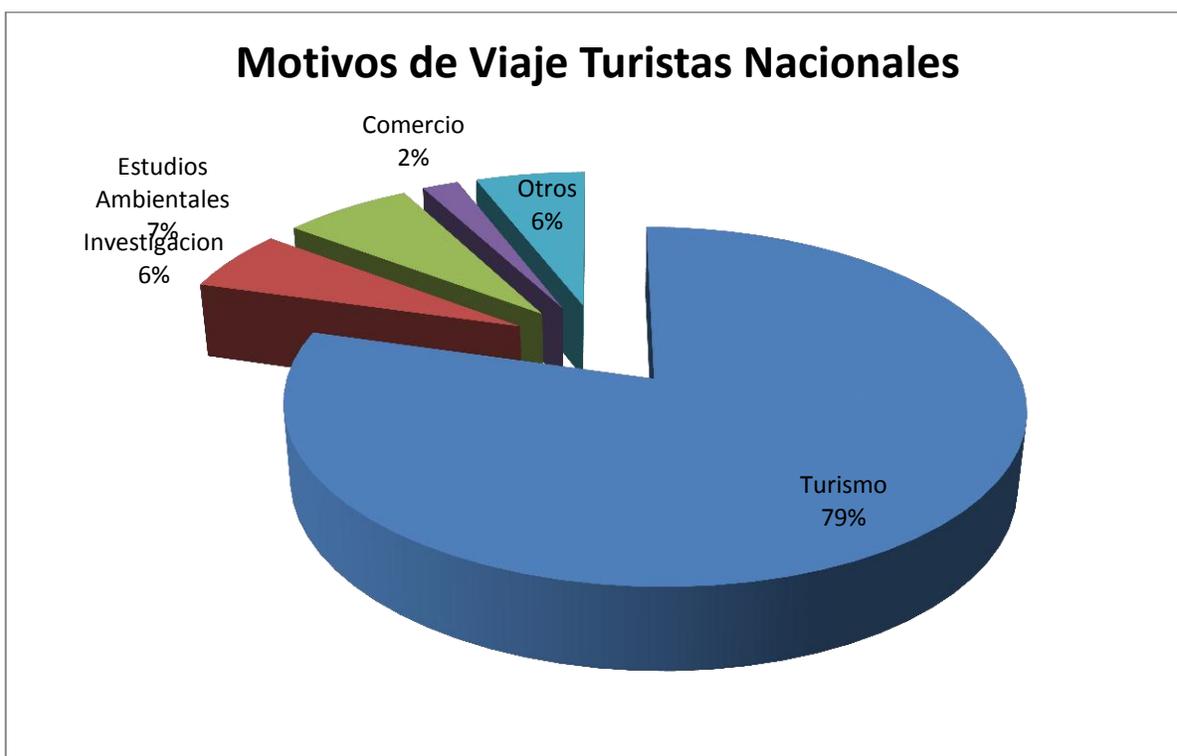
Cuadro 35. Motivos que incentivaron el viaje

<b>Motivos del viaje</b>			
	<b>Motivo</b>	<b>Subtotal</b>	<b>Porcentaje</b>
Turistas Nacionales	Turismo	95	79
	Investigación	7	6
	Estudios Ambientales	8	7
	Comercio	2	2
	Otros	7	6

<b>Motivos del viaje</b>			
	<b>Motivo</b>	<b>Subtotal</b>	<b>Porcentaje</b>
Turistas Extranjeros	Turismo	69	59
	Investigación	21	18
	Estudios Ambientales	28	23
	<b>Total</b>	<b>237</b>	<b>200.0</b>

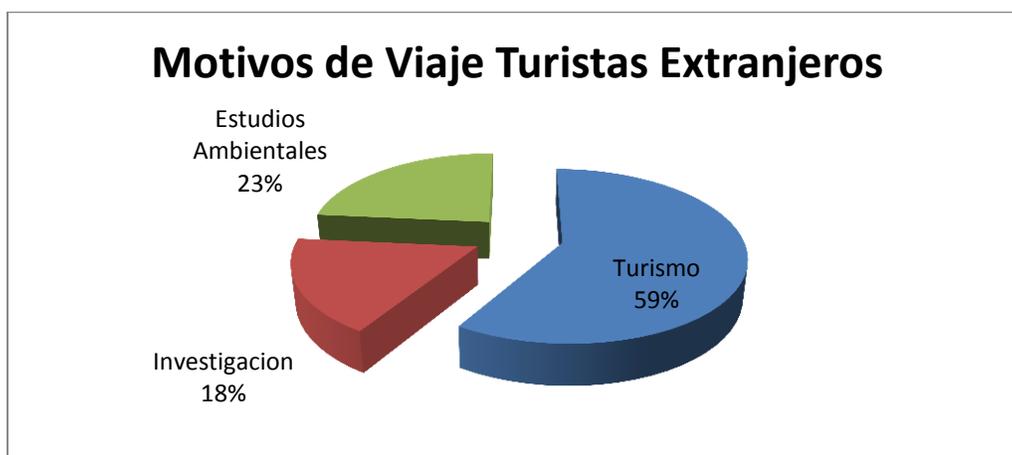
Fuente: Encuestas a turistas nacionales y extranjeros  
Elaborado por: Daniel Córdova

Gráfico 23. Motivos que incentivaron el viaje turistas nacionales



Fuente: Cuadro N° 32. Motivos que incentivaron el viaje  
Elaborado por: Daniel Córdova

Gráfico 24. Motivos que incentivaron el viaje turistas extranjeros



Fuente: Cuadro N° 32. Motivos que incentivaron el viaje  
Elaborado por: Daniel Córdova

### 5) Duración del viaje

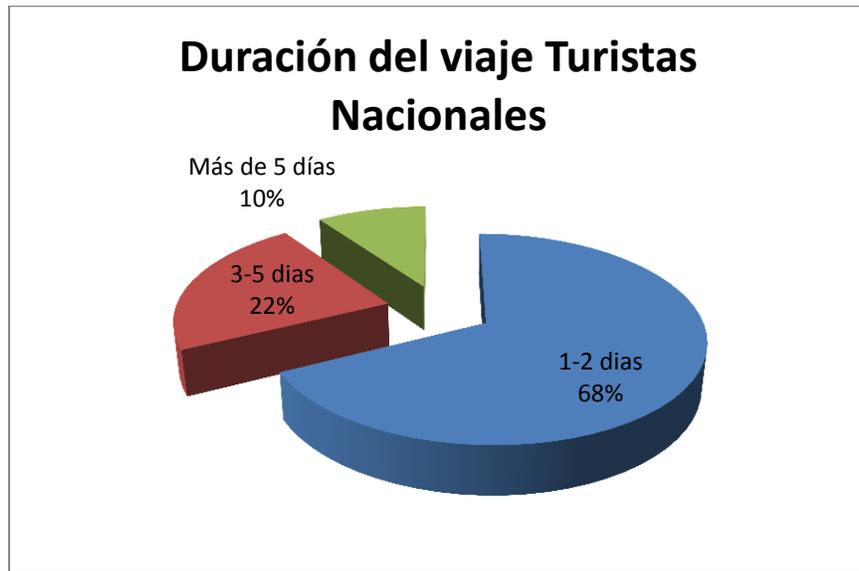
La duración del viaje de los turistas nacionales oscila de entre uno y dos días con un 68%, pernoctarán de entre tres y cinco días un 23 % y más de cinco días un 10%; en cuanto a los turistas extranjeros su viaje durará de entre uno y dos días un 18%, los turistas extranjeros que pernoctarán de tres a cinco y más de cinco días representan el 41% cada opción.

Cuadro 36. Duración del viaje

<b>Cuantos días durará el viaje</b>			
	<b>Días</b>	<b>Subtotal</b>	<b>Porcentaje</b>
Turistas Nacionales	1-2 días	81	68
	3-5 días	27	22
	Más de 5 días	12	10
Turistas Extranjeros	1-2 días	21	18
	3-5 días	49	41
	Más de 5 días	49	41
	<b>Total</b>	<b>237</b>	<b>200.0</b>

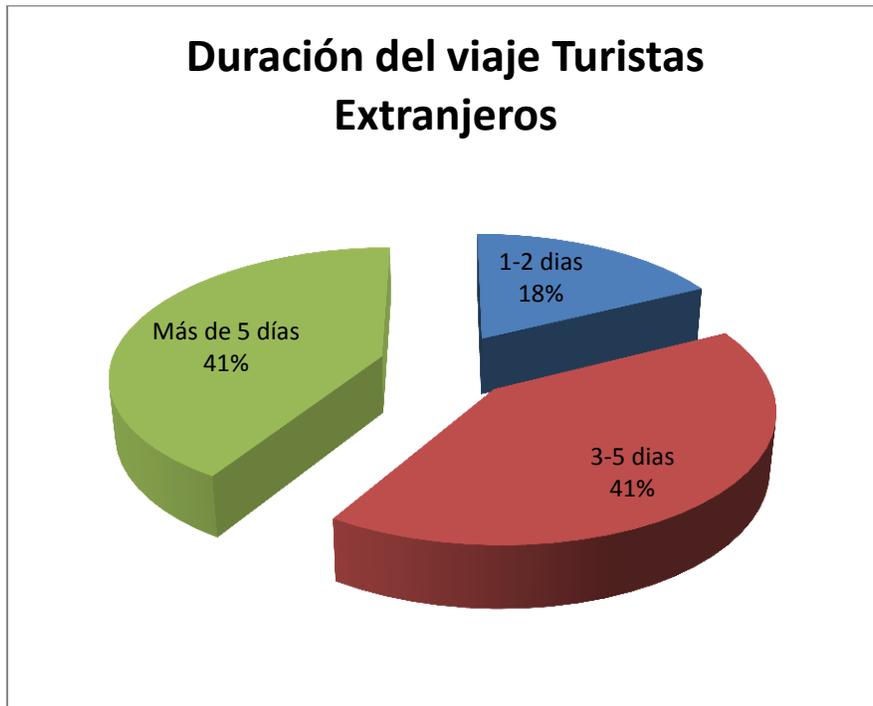
Fuente: Encuestas a turistas nacionales y extranjeros  
Elaborado por: Daniel Córdova

Gráfico 25. Duración del viaje turistas nacionales



Fuente: Cuadro N° 33. Duración del viaje  
Elaborado por: Daniel Córdova

Gráfico 26. Duración del viaje turistas extranjeros



Fuente: Cuadro N° 33. Duración del viaje  
Elaborado por: Daniel Córdova

## 6) Conocimiento de la parroquia Cañi

De todos los turistas nacionales solo el 11% conoce Cañi, y un 89% no conoce la parroquia, en cuanto a los turistas extranjeros, nadie conoce la parroquia Cañi.

Cuadro 37. Conocimiento de la parroquia Cañi

<b>Conoce la parroquia Cañi</b>			
	<b>Desea Conocer</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Turistas Nacionales	Si	13	11
	No	106	89
Turistas Extranjeros	No	118	100
	<b>Total</b>	<b>237</b>	<b>200.0</b>

Fuente: Encuestas a turistas nacionales y extranjeros  
Elaborado por: Daniel Córdova

Gráfico 27. Conocimiento de la parroquia Cañi turistas nacionales



Fuente: Cuadro N° 34. Conocimiento de la parroquia Cañi  
Elaborado por: Daniel Córdova

Gráfico 28. Conocimiento de la parroquia Cañi turistas extranjeros

## Conocimiento de la parroquia Cañi Turistas Extranjeros



Fuente: Cuadro N° 34. Conocimiento de la parroquia Cañi  
Elaborado por: Daniel Córdova

### 7) Disposición previa para visitar la parroquia Cañi

De los turistas nacionales encuestados el 81% si le gustaría conocer la parroquia Cañi, y un 19% no le gustaría conocer la misma; en relación a la demanda extranjera un 82% si le gustaría conocer la parroquia y a un 18% no le gustaría conocer Cañi.

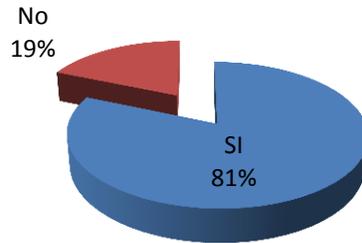
Cuadro 38. Disposición previa para visitar la parroquia Cañi

<b>Le gustaría conocer la parroquia Cañi</b>			
	<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Turistas Nacionales	SI	97	81
	No	22	19
Turistas Extranjeros	SI	97	82
	No	21	18
	<b>Total</b>	237	200

Fuente: Encuestas a turistas nacionales y extranjeros  
Elaborado por: Daniel Córdova

Gráfico 29. Disposición previa para visitar la parroquia turistas nacionales

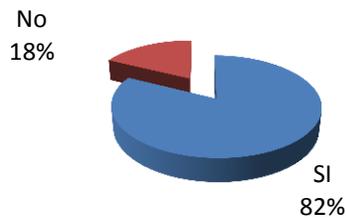
### Disposición previa para visitar la Parroquia Cañi Turistas Nacionales



Fuente: Cuadro N° 35. Disposición previa para visitar la parroquia Cañi  
Elaborado por: Daniel Córdova

Gráfico 30. Disposición previa para visitar la parroquia turistas Extranjeros

### Disposición previa para visitar la Parroquia Cañi Turistas Extranjeros



Fuente: Cuadro N° 35. Disposición previa para visitar la parroquia Cañi  
Elaborado por: Daniel Córdova

## 8) Modalidades de turismo preferidas para realizar en la parroquia Cañi

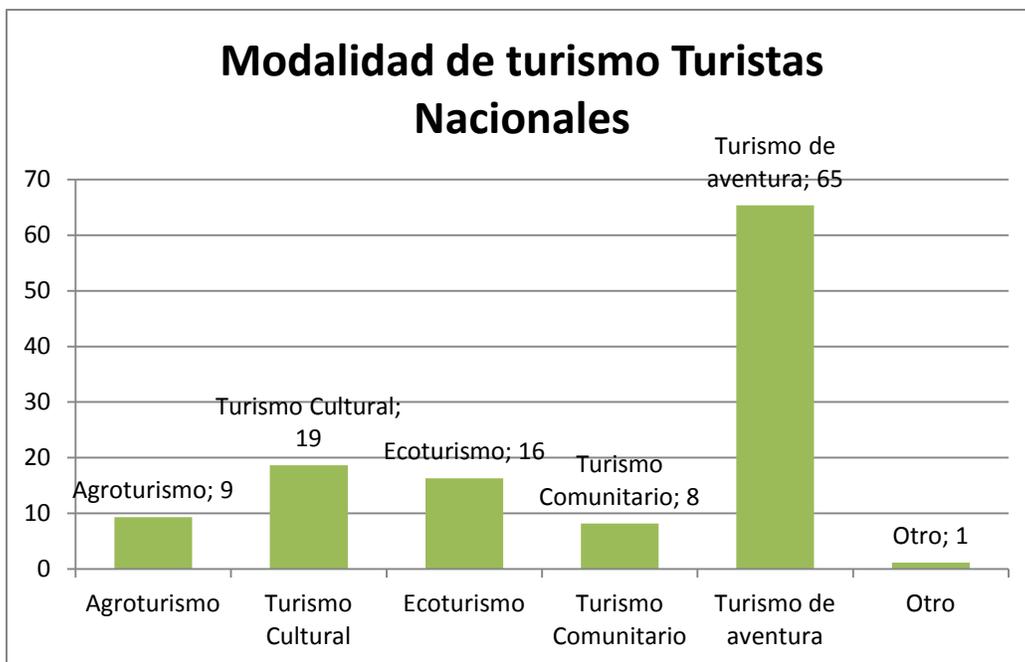
En cuanto a las modalidades de turismo preferidas, la demanda nacional se inclina en un 8% por el agroturismo, el 15% le gustaría el turismo cultural, 14% en cambio quisiera el ecoturismo, el 7% le agrada el turismo comunitario, y la mayoría se inclina por el turismo de aventura que represente el 55%; en relación a los turistas extranjeros les gustaría en un 35% el turismo cultural, el turismo comunitario representa un 53%, y el turismo de aventura un 12%.

Cuadro 39. Modalidades de turismo preferidas

<b>Que modalidad de turismo le gustaría realizar</b>			
	<b>Modalidad</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Turistas Nacionales	Agroturismo	9	8
	Turismo Cultural	19	15
	Ecoturismo	16	14
	Turismo Comunitario	8	7
	Turismo de aventura	65	55
	Otro	1	1
Turistas Extranjeros	Turismo Cultural	42	35
	Turismo Comunitario	62	53
	Turismo de aventura	14	12
	<b>Total</b>	<b>237</b>	<b>200</b>

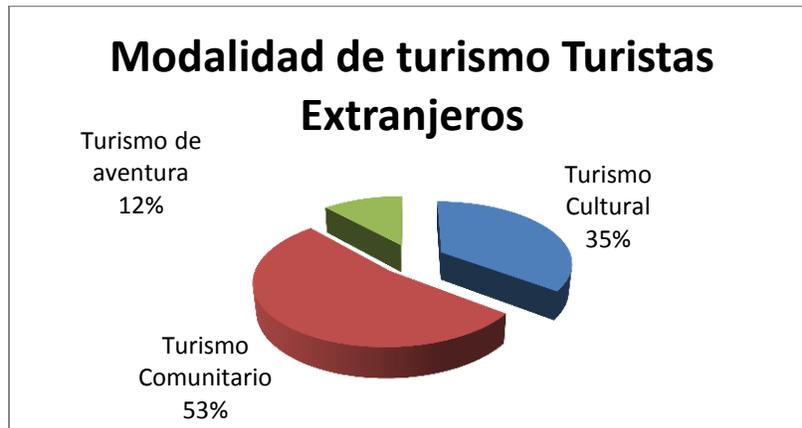
Fuente: Encuestas a turistas nacionales y extranjeros  
Elaborado por: Daniel Córdova

Gráfico 31. Modalidades de turismo preferidas turistas nacionales



Fuente: Cuadro N° 36. Modalidades de turismo preferidas  
Elaborado por: Daniel Córdova

Gráfico 32. Modalidades de turismo preferidas turistas extranjeros



Fuente: Cuadro N° 36. Modalidades de turismo preferidas  
Elaborado por: Daniel Córdova

### 9) Actividades preferidas que quisieran realizar en la parroquia Cañi

De los turistas nacionales que se encuestó, manifiestan que les gustaría realizar caminatas en un 13%, los deportes de aventura representa un 22%, recorridos por la comunidad quisieran realizar un 8%, las cabalgatas les gustaría a un 11%, las convivencias culturales quisieran realizarlas un 10%, el camping les gustaría realizar a un 14%, la pesca deportiva les gusta a un 11%, a un 9% les gustaría visitar un balneario; en cuanto a la demanda extranjera a un 41% quisiera realizar cabalgatas, los recorridos por las comunidades les gustaría a un 35% y las convivencias culturales a un 24%.

Cuadro 40. Actividades preferidas para realizar

<b>Qué actividades le gustaría realizar</b>			
	<b>Actividad</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Turistas Nacionales	Caminatas	15	13
	Deportes de Aventura	27	22
	Recorridos	9	8
	Cabalgatas	13	11
	Convivencias culturales	12	10

<b>Qué actividades le gustaría realizar</b>			
	<b>Actividad</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
	Camping	18	14
	Pesca deportiva	13	11
	Balneario	11	9
	Otros	2	2
Turistas Extranjeros	Recorridos	42	35
	Cabalgatas	49	41
	Convivencias culturales	28	24
	<b>Total</b>	<b>237</b>	<b>200</b>

Fuente: Encuestas a turistas nacionales y extranjeros  
 Elaborado por: Daniel Córdova

Gráfico 33. Actividades preferidas para realizar turistas nacionales



Fuente: Cuadro N° 37. Actividades preferidas para realizar  
 Elaborado por: Daniel Córdova

Gráfico 34. Actividades preferidas para realizar turistas extranjeros



Fuente: Cuadro N° 37. Actividades preferidas para realizar  
Elaborado por: Daniel Córdova

### 10) Tiempo promedio de estancia en la parroquia Cañi

En cuanto al tiempo promedio en días de estancia en la parroquia Cañi, los turistas nacionales se pronunciaron en un 31% por un día, por dos a tres días en un 56%, y por más de tres días en un 13%; en relación a la demanda extranjeros quisieran quedarse en la parroquia Cañi un día en un 18%, de dos a tres días en un 35%, y por más de tres días se pronunciaron un 47%.

Cuadro 41. Tiempo promedio de estancia en la parroquia Cañi

<b>Cuántos días le gustaría permanecer en Cañi</b>			
	<b>Días</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Turistas Nacionales	1 día	37	31
	2-3 días	67	56
	Más de 3 días	15	13
Turistas Extranjeros	1 día	21	18
	2-3 días	42	35
	Más de 3 días	56	47
	<b>Total</b>	237	200

Fuente: Encuestas a turistas nacionales y extranjeros  
Elaborado por: Daniel Córdova

Gráfico 35. Tiempo promedio de estancia en la parroquia turistas nacionales



Fuente: Cuadro N° 38. Tiempo promedio de estancia en la parroquia Cañi  
Elaborado por: Daniel Córdova

Gráfico 36. Tiempo promedio de estancia en la parroquia Cañi turistas extranjeros



Fuente: Cuadro N° 38. Tiempo promedio de estancia en la parroquia Cañi  
Elaborado por: Daniel Córdova

### 11) Servicios turísticos que le gustaría que oferte la parroquia Cañi

En cuanto a los servicios turísticos que les gustaría que oferte la parroquia los turistas nacionales se pronunciaron en un 40% por el servicio de hospedaje, por el servicio de restauración en un 32%, por Guianza un 18%, y por transporte un 10%; en relación a los turistas extranjeros por hospedaje se pronunciaron un 59%, por restauración un 23%, guianza un 12% y por transporte un 6%.

Cuadro 42. Servicios turísticos que le gustaría que oferte la parroquia Cañi

<b>Qué servicios turísticos le gustaría que oferte la parroquia Cañi</b>			
	<b>Servicio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Turistas Nacionales	Hospedaje	48	40
	Restaurante	39	32
	Guianza	21	18
	Transporte	12	10
Turistas Extranjeros	Hospedaje	69	59
	Restaurante	28	23
	Guianza	14	12
	Transporte	7	6
	<b>Total</b>	<b>237</b>	<b>200</b>

Fuente: Encuestas a turistas nacionales y extranjeros

Elaborado por: Daniel Córdova

Gráfico 37. Servicios turísticos que le gustaría que oferte la parroquia Cañi turistas nacionales



Fuente: Cuadro N° 39. Servicios turísticos que le gustaría que oferte la parroquia Cañi

Elaborado por: Daniel Córdova

Gráfico 38. Servicios turísticos en la parroquia Cañi turistas extranjeros



Fuente: Cuadro N° 39. Servicios turísticos que le gustaría que oferte la parroquia Cañi  
Elaborado por: Daniel Córdova

## 12) Tipo de hospedaje que le gustaría utilizar

Los turistas nacionales encuestados se pronunciaron en cuanto al tipo de establecimiento de hospedaje en un 26% por el tipo hotel, por el tipo hostel en un 11%, casas comunitarias un 7%, área de camping un 16%, de tipo cabaña un 35% y albergue un 5% en cuanto a los turistas extranjeros encuestados prefieren un establecimiento de tipo hostel un 6%, del tipo casa comunitarias un 53%, de tipo área de camping un 35% y por ultimo de tipo cabaña un 6%.

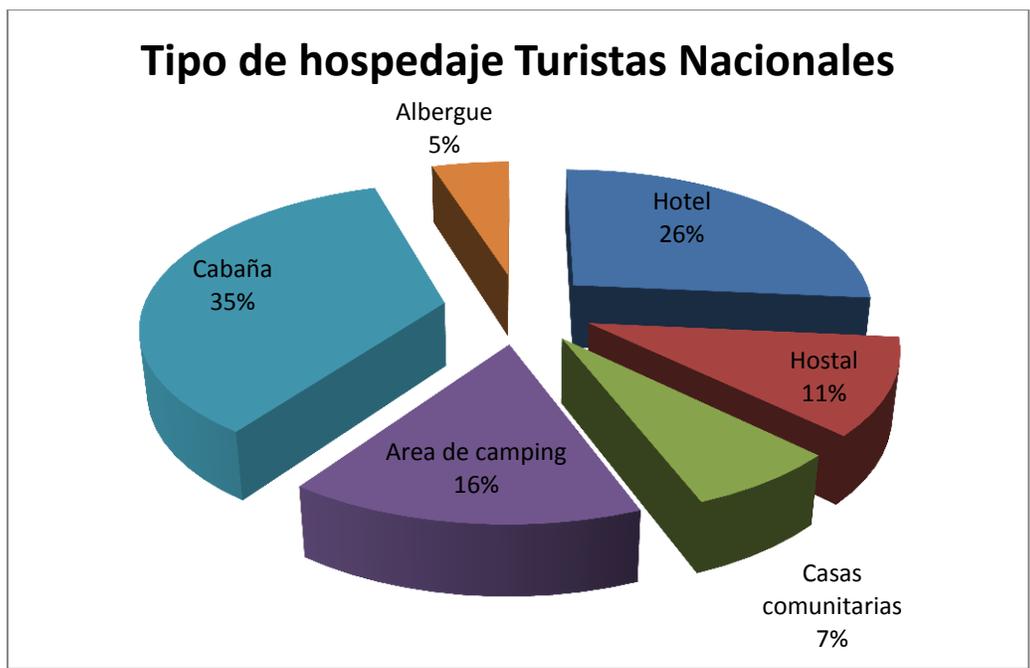
Cuadro 43. Tipo de hospedaje que le gustaría utilizar en la parroquia Cañi

Qué tipo de hospedaje le gustaría			
	Tipo	Frecuencia	Porcentaje
Turistas Nacionales	Hotel	32	26
	Hostal	13	11
	Casas comunitarias	8	7
	Área de camping	19	16
	Cabaña	42	35
	Albergue	6	5

Qué tipo de hospedaje le gustaría			
	Tipo	Frecuencia	Porcentaje
Turistas Extranjeros	Hostal	7	6
	Casas comunitarias	62	53
	Área de camping	42	35
	Cabaña	7	6
	Total	237	200

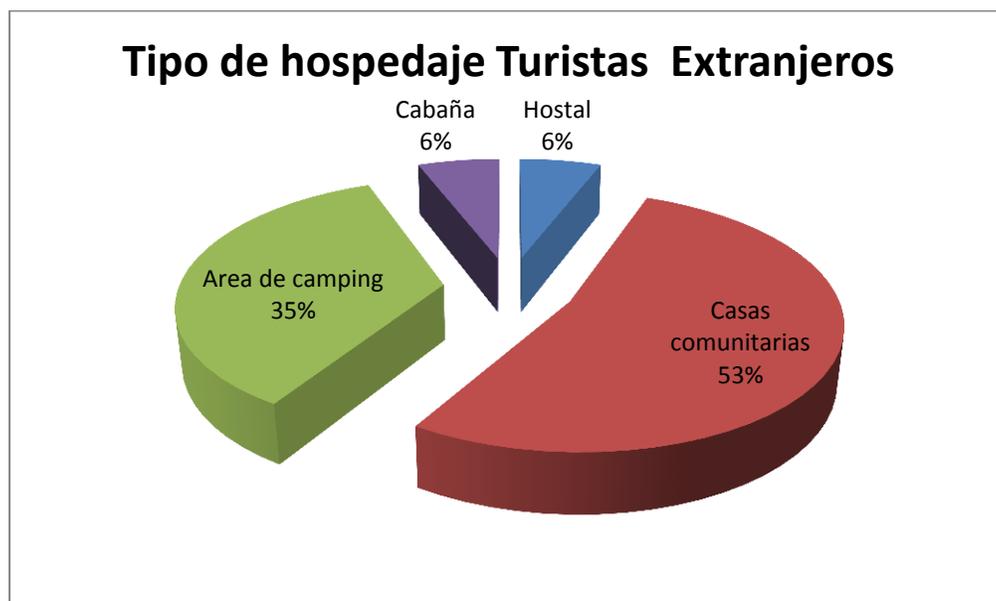
Fuente: Encuestas a turistas nacionales y extranjeros  
Elaborado por: Daniel Córdova

Gráfico 39. Tipo de establecimiento de hospedaje en la parroquia Cañi turistas nacionales



Fuente: Cuadro N° 40. Tipo de establecimiento de hospedaje en la parroquia Cañi  
Elaborado por: Daniel Córdova

Gráfico 40. Tipo de establecimiento de hospedaje en la parroquia Cañi turistas extranjeros



Fuente: Cuadro N° 40. Tipo de establecimiento de hospedaje en la parroquia Cañi  
Elaborado por: Daniel Córdova

### 13) Acompañantes para visitar la parroquia Cañi

Los turistas nacionales encuestados manifestaron que les gustaría visitar la parroquia con su familia en un 56%, solos un 4% y con amigos en un 39%; en cuanto a los turistas extranjeros les gustaría visitar la parroquia solos en un 47%, con la familia en un 29% y con amigos en un 24%.

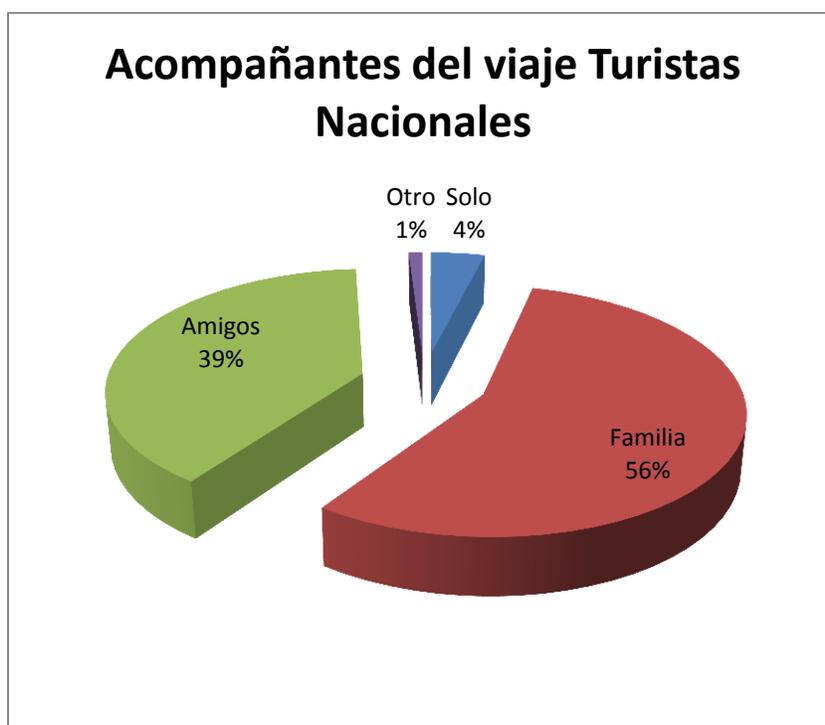
Cuadro 44. Acompañantes para visitar la parroquia Cañi

Con quien le gustaría visitar la parroquia Cañi			
	Acompañante	Frecuencia	Porcentaje
Turistas Nacionales	Solo	5	4
	Familia	67	56
	Amigos	47	39
	Otro	1	1

<b>Con quien le gustaría visitar la parroquia Cañi</b>			
	<b>Acompañante</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Turistas Extranjeros	Solo	56	47
	Familia	35	29
	Amigos	28	24
	<b>Total</b>	<b>237</b>	<b>200</b>

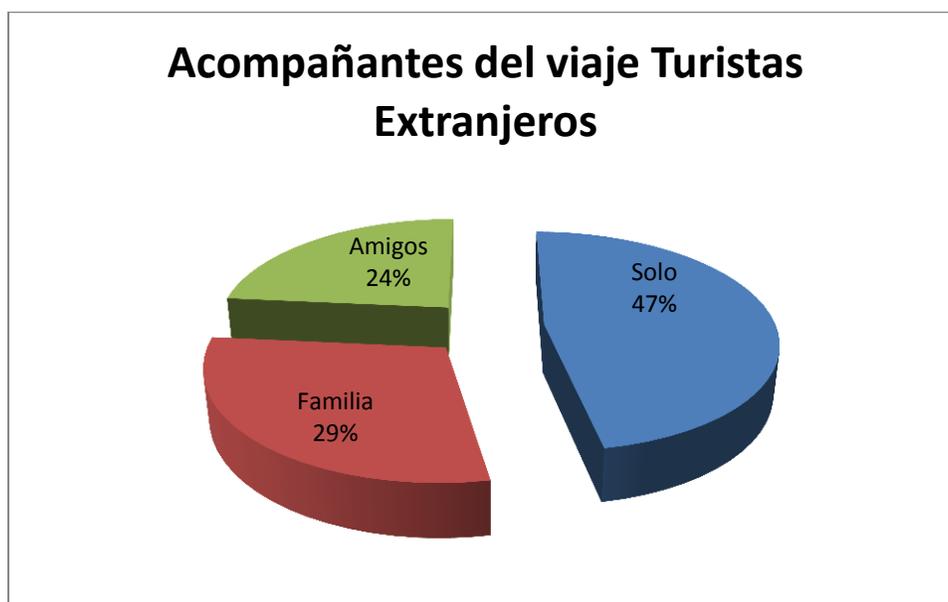
Fuente: Encuestas a turistas nacionales y extranjeros  
Elaborado por: Daniel Córdova

Gráfico 41. Acompañantes para visitar la parroquia Cañi turistas nacionales



Fuente: Cuadro N° 41. Acompañantes para visitar la parroquia Cañi  
Elaborado por: Daniel Córdova

Gráfico 42. Acompañantes para visitar la parroquia Cañi turistas extranjeros



Fuente: Cuadro N° 41. Acompañantes para visitar la parroquia Cañi  
Elaborado por: Daniel Córdova

#### 14) Método para obtener información de los turistas

De los turistas nacionales que fueron encuestados un 16% dijo que obtuvo información acerca de Cañi por medio de la prensa, un 17% a través de internet, el 1% a través de guía de viajes, un 57% a través de amigos. En relación a los turistas extranjeros un 41% a través del internet, un 30% a través de guía de viajes, y otros medios el 29%.

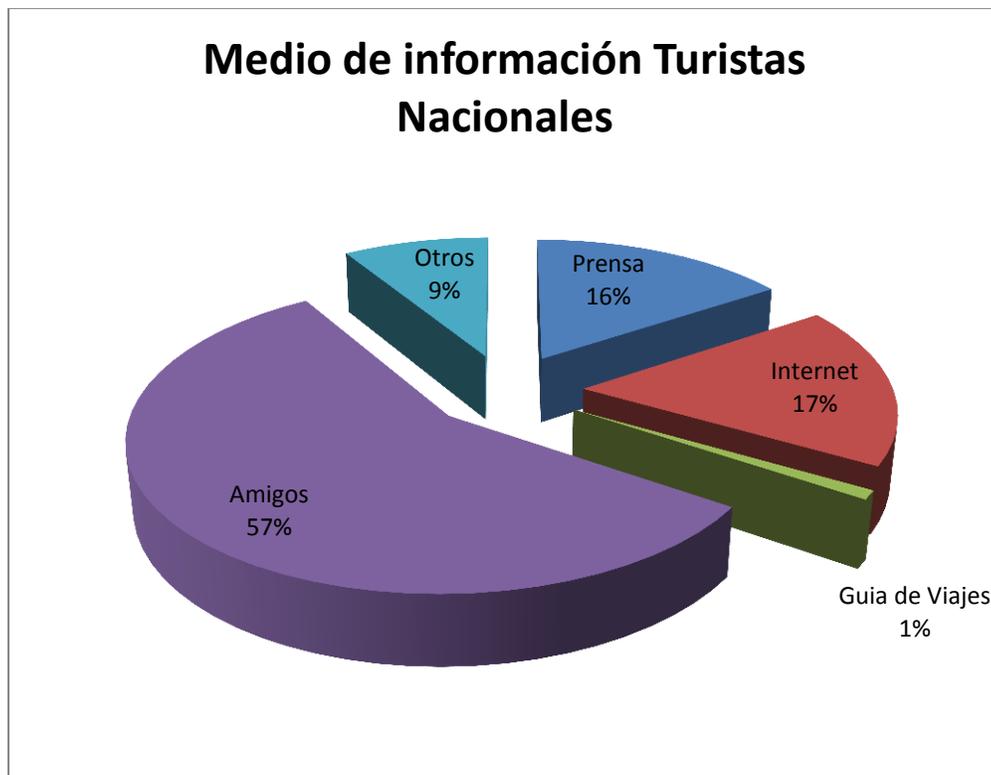
Cuadro 45. Método para obtener información

<b>Como obtuvo información acerca de la parroquia Cañi</b>			
	<b>Medio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Turistas Nacionales	Prensa	19	16
	Internet	21	17
	Guía de Viajes	1	1
	Amigos	68	57
	Otros	11	9

<b>Como obtuvo información acerca de la parroquia Cañi</b>			
	<b>Medio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Turistas Extranjeros	Internet	49	41
	Guía de Viajes	35	30
	Otros	35	29
	<b>Total</b>	<b>237</b>	<b>200</b>

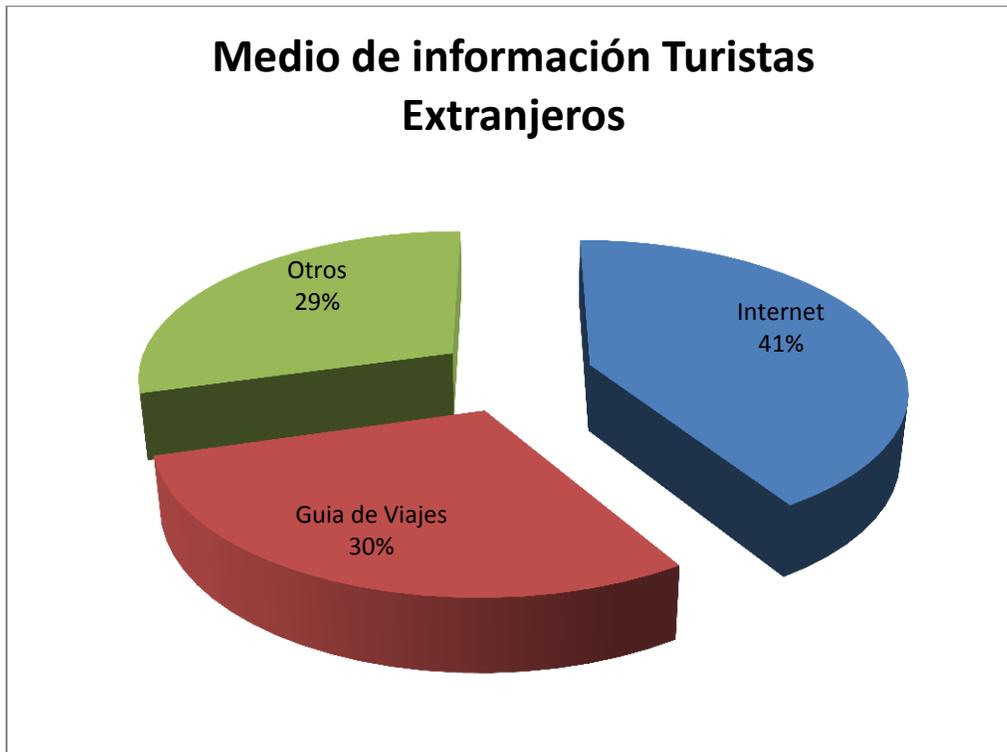
Fuente: Encuestas a turistas nacionales y extranjeros  
Elaborado por: Daniel Córdova

Gráfico 43. Método para obtener información turistas nacionales



Fuente: Cuadro Nº 42. Método para obtener información  
Elaborado por: Daniel Córdova

Gráfico 44. Método para obtener información turistas extranjeros



Fuente: Cuadro N° 42. Método para obtener información  
Elaborado por: Daniel Córdova

#### g. Perfil del turista nacional

Los turistas nacionales son mayoritariamente hombres (57%), mujeres (43%); básicamente jóvenes (70%) de entre 19 y 29 años; los cuales provienen de provincias como Guayas (14%), Pichincha (15%), Tungurahua (18%), Chimborazo (14%) y Azuay (16%); atraídos por el turismo (79%) realizarán su viaje entre uno y dos días (68%); de estos la mayoría (89%) no conoce la parroquia Cañi sin embargo si les gustaría visitarla (81%), a quienes les gustaría realizar turismo de aventura (55%), turismo cultural (16%) o ecoturismo(14%); quisieran realizar deportes de aventura (23%), camping (15%) o caminatas (13%); les gustaría estar en la parroquia de dos a tres días (56%), quisieran que la parroquia oferte servicios de hospedaje (40%) y alimentación (32%), además les gustaría que el hospedaje sea de tipo cabaña (35%) o de tipo hotel (26%);

quisieran visitar la parroquia con la familia (56%) o con amigos (39%); y obtienen información a través de amigos (57%) o a través del internet(18%).

#### **h. Perfil del turista extranjero**

Los turistas extranjeros son mayoritariamente hombres (59%) y mujeres (41%); son de dos grupos de edad bien diferenciados uno de entre 19 y 29 años de edad (47%) y otro de más de 41 años (41%); la mayoría proviene de Norteamérica o Europa (35%); los cuales incentivados por turismo (59%) viajaran durante más de cinco días (41%); de éstos nadie conoce la parroquia Cañi pero un 82% les gustaría visitarla; prefieren la modalidad de turismo comunitario (53%) o cultural (35%); y quisieran realizar cabalgatas (41%) o recorridos por la comunidad (35%); les gustaría permanecer en la parroquia más de tres días (47%), y les gustaría que la parroquia oferte servicio de hospedaje (59%) y restauración (24%); visitarían la parroquia solos (47%) o con la familia (29%); y obtienen información por medio del internet (41%) o por guías de viajes (29%).

#### **i. Resultado de la demanda actual**

Los potenciales clientes que recibiría la parroquia Cañi, según la pregunta N° 4 de la encuesta que fue aplicada tanto a los turistas nacionales como extranjeros, es del 81% de la demanda nacional, es decir 75893; y del 82% de la demanda extranjera, es decir 12300; en total sería 88193 posibles visitantes que llegarían a la parroquia Cañi.

### **4. Confrontación de la oferta y la demanda**

#### **a. Proyección de la oferta sustitutiva**

Para la proyección de la oferta sustitutiva se ha tomado como año base el 2009 donde el Centro de Turismo Comunitario Pulingui San Pablo fue de 1040 visitantes.

Cuadro 46. Proyección de la oferta sustitutiva

<b>Año</b>	<b>Oferta sustitutiva</b>
2009	1040
2010	1092
2011	1147
2012	1204
2013	1264
2014	1327
2015	1394
2016	1463
2017	1537

Fuente: Trabajo de campo y laboratorio  
Elaborado por: Daniel Córdova

#### **b. Proyección de la demanda**

Para realizar la proyección de la demanda se utilizó el método del incremento compuesto, con la tasa de crecimiento anual del turismo en el Ecuador que es el 6%, ya que la actividad turística crece de manera acelerada, sobrepasando la tasa de crecimiento poblacional.

Cuadro 47. Proyección de la demanda potencial

<b>Año</b>	<b>Demanda proyectada</b>
2012	93485
2013	99094
2014	105039
2015	111342
2016	118022

Fuente: Trabajo de laboratorio  
Elaborado por: Daniel Córdova

### c. Confrontación de la oferta y demanda

Cuadro 48. Confrontación de la oferta y demanda

<b>Año</b>	<b>Demanda proyectada</b>	<b>Oferta sustitutiva</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>	<b>Demanda objetivo (5%)</b>
2013	93485	1264	92221	4611
2014	99094	1327	97767	4888
2015	105039	1394	103645	5182
2016	111342	1463	109879	5494
2017	118022	1537	116485	5824

Fuente: Trabajo de laboratorio

Elaborado por: Daniel Córdova

Como se muestra en el cuadro anterior se realizó la confrontación de la oferta y la demanda con el objetivo de encontrar la demanda insatisfecha del mercado, además se definió la demanda objetivo para lo cual se tomo una cuota del mercado del 5%.

## **B. FORMULACIÓN DE LA PLANEACIÓN FILOSÓFICA Y ESTRATÉGICA DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA CAÑI**

### **1. Análisis situacional**

Para realizar el análisis situacional de la actividad turística de la parroquia Cañi se utilizó la matriz FODA que permite definir los factores internos (fortalezas y debilidades) como los factores externos (oportunidades y amenazas) de cada elemento del sistema turístico.

**a. Análisis FODA**

**1) Aplicación de la matriz FODA del territorio**

Cuadro 49. Matriz FODA aplicada al territorio de Cañi

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Se ubica en una zona montañosa, lo cual permite tener varios ecosistemas andinos como bosque de neblina montano, bosque siempreverde montano alto, Bosque Húmedo montano Occidental y páramo húmedo	Ubicación geográfica desfavorable, distante de las principales ciudades.	Implementación de un nuevo modelo económico de desarrollo.	Posicionamiento de otros destinos turísticos.
Alto grado de biodiversidad de especies de flora y fauna, en el bosque Cashca-Totoras y Tangabana.	Presencia de procesos de tala de árboles que ha degradado el suelo en parte del páramo de la parroquia.	Ejecución del Plan Nacional del Buen Vivir, el cual tiende equiparar las zonas con mayor índice de pobreza.	Ocurrencia de fenómenos naturales, como terremotos e inundaciones.
Niveles bajos de contaminación ambiental tanto visual como acústica.	Existe procesos de quema de pajonal, depósito inadecuado de basura, cacería en ecosistemas nativos, uso de insumos químicos y contaminación de fuentes de agua	Apoyo al sector rural de las instituciones del estado.	Escasa ejecución de proyectos por parte del gobierno cantonal y provincial.
	Altos niveles de migración tanto interna como externa, básicamente por la insuficiente disponibilidad de fuentes de ingresos económicos.	Asignación presupuestaria anual para el Gobierno parroquial de Cañi	Determinación de otros territorios como prioridad para apoyo de instituciones tanto públicas como no gubernamentales

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
	Existen cuatro escuelas unidocentes en las comunidades de la parroquia, solo en la cabecera parroquial existe una escuela y un colegio con personal completo.		

Fuente: Taller participativo parroquial  
Elaborado por: Daniel Córdova

## 2) Aplicación de la matriz FODA de los atractivos turísticos

Cuadro 50. Matriz FODA aplicada a los atractivos turísticos de Cañi

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Evidencia de material cultural arqueológico	Desconocimiento de los atractivos a nivel provincial y nacional.	Incremento de turistas con el perfil acorde a la oferta turística de Cañi.	Reducción de caudales de agua debido al cambio climático que aqueja al país y el mundo.
Presencia de varios pisos climáticos en donde existe variedad de atractivos.	Escasos recursos económicos para promoción y preservación de los atractivos turísticos.	Apoyo del Ministerio del Ambiente para actividades de conservación y/o manejo de ecosistemas frágiles.	Insuficientes estudios en temas de biodiversidad y endemismo.
Presencia de bosques andinos primarios como un alto grado de biodiversidad tanto de flora como fauna.	Presencia de ganado bovino en los páramos de la parroquia.	Articulación de los atractivos de la parroquia para promoción y difusión.	

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Presencia de un sistema hídrico con aguas cristalinas.	Avance de la frontera agrícola hacia áreas con vegetación natural.	Implementación de programas como socio-páramo o socio-bosque.	

Fuente: Taller participativo parroquial  
Elaborado por: Daniel Córdova

### 3) Aplicación de la matriz FODA de la infraestructura básica

Cuadro 51. Matriz FODA aplicada a la infraestructura básica de Cañi.

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
El servicio de energía eléctrica es brindado por el sistema interconectado del país y el servicio está presente en el 100% de las comunidades de la parroquia.	Al servicio de telefonía fija acceden pocos habitantes de todas las comunidades de la parroquia. La telefonía móvil está limitada a los sectores altos de la parroquia y solo existe una operadora (Claro)	Implementación de programas de dotación de servicios básicos por parte del MIDUVI.	Priorización de otros territorios para inversión pública y/o privada.
Existencia de un puesto de salud en la cabecera parroquial, y del proyecto de medicina natural Biosalud.	Escaso servicio de transporte público en la parroquia, existe solo una frecuencia que cubre desde la ciudad de San Miguel hasta la cabecera parroquial, y otra frecuencia desde Riobamba hasta la comunidad de Yunguilla.	Fuerte inversión social que el gobierno central realiza en zonas rurales.	Reducción de fuentes de agua para dotación de servicio de agua potable.

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
El servicio de internet se oferta en la cabecera parroquial, mediante el proyecto de Infocentros y en el colegio "28 de agosto"	Insuficiente cobertura de servicios básicos en general, los sistemas de agua se encuentran obsoletos y el agua de consumo humano es de pésima calidad. El servicio de tratamiento de aguas residuales es de baja calidad, el sistema de alcantarillado de la cabecera parroquial se encuentra colapsado.	Ejecución del Plan Nacional del Buen Vivir, el cual tiende a satisfacer las necesidades básicas insatisfechas de los territorios.	
Reducción de tiempos de viaje desde la ciudad Riobamba hacia la parroquia gracias a la apertura de la vía Navag – Cañi	No existe servicio de recolección de basura en todas las comunidades de la parroquia.		

Fuente: Taller participativo parroquial  
Elaborado por: Daniel Córdova

#### 4) Aplicación de la matriz FODA de la infraestructura turística

Cuadro 52. Matriz FODA aplicada a la infraestructura turística.

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	Las baterías sanitarias existentes en la cabecera parroquial y en ciertas comunidades no dan un servicio adecuado	Apoyo del nivel de gobierno cantonal y provincial para diseño y/o ejecución de proyectos para implementación de infraestructura turística.	Inadecuada coordinación y articulación conjunta entre los niveles de gobierno y demás instituciones públicas para implementación de facilidades turísticas (señalética, senderos etc.)

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
	Mal estado de las vías de acceso a la parroquia	Asignación presupuestaria para el Gobierno parroquial de Cañi.	Periodos invernales prologados e intensos que provoquen deslizamiento de tierras.
	Inexistencia de señalética turística, los senderos que conducen hacia los atractivos turísticos se encuentran en mal estado y en ciertos casos son inexistentes.	Articulación hacia el PLANDETUR 2020 para financiamiento de infraestructura turística por parte del MINTUR.	
	No existen productos turísticos estructurados para la implementación de infraestructura y facilidades turísticas.	Existencia de la playa de Silapala un sitio con alto potencial para brindar servicios turísticos.	

Fuente: Taller participativo parroquial  
Elaborado por: Daniel Córdova

## 5) Aplicación de la matriz FODA de los servicios turísticos

Cuadro 53. Matriz FODA aplicada a los servicios turísticos de Cañi.

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Predisposición de la población para capacitarse en la prestación de servicios turísticos.	La parroquia no oferta ningún servicio turístico.	El Ministerio de Turismo a través del PLANDETUR 2020, brinda capacitaciones y asistencia técnica para prestadores de servicios.	Escasa coordinación entre instituciones públicas y privadas que trabajan en fomento de la actividad turística.

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
	La población no ha sido capacitada en temas de prestación de servicios turísticos.	El Banco Nacional de Fomento y la CFN, proveen de financiamiento para emprendimientos turísticos.	

Fuente: Taller participativo parroquial  
Elaborado por: Daniel Córdova

## 6) Aplicación de la matriz FODA de la gobernanza turística

Cuadro 54. Matriz FODA aplicada a la Gobernanza turística.

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Definición de programas, proyectos y políticas para el desarrollo de la actividad turística en el PDOT parroquial.	Falta de coordinación entre los niveles de gobierno y los ministerios competentes.	Apoyo técnico de Organizaciones no Gubernamentales en el desarrollo del turismo	Creación de nueva legislación que afecte el desarrollo del turismo.
	Inexistencia de resoluciones que regulen las actividades turísticas a nivel parroquial.	Elaboración de PDOT's en los diferentes niveles de Gobierno que permitirá una mejor coordinación.	Intereses políticos que definen los montos y áreas de ejecución del presupuesto participativo de los niveles de gobierno cantonal y provincial.
	No existen asociaciones para brindar servicios turísticos	Compromiso de las autoridades del Gobierno parroquial para impulsar la actividad turística en la zona	Ineficiente ejecución de presupuestos de los niveles de gobierno e instituciones de ejecutivo desconcentrado.

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
	Escaso presupuesto para el desarrollo de actividades que impulsen el turismo en la parroquia.	Alto interés de la población para incursionar en la actividad turística.	Falta de gestión para firma de convenios de cooperación con instituciones educativas del país.

Fuente: Taller participativo parroquial  
Elaborado por: Daniel Córdova

## 7) Aplicación de la matriz FODA de la demanda

Cuadro 55. Matriz FODA aplicada a la demanda de Cañi.

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
	Inexistencia de visitantes nacionales y extranjeros	Crecimiento de la demanda con inclinación al turismo sostenible (turismo comunitario, ecoturismo, turismo de aventura)	Posicionamiento de otros destinos turísticos similares a la parroquia.

Fuente: Taller participativo parroquial  
Elaborado por: Daniel Córdova

## b. Identificación y priorización de nudos críticos

Cuadro 56. Matriz de identificación y priorización de nudos críticos.

NUDOS CRÍTICOS	PRIORIZACIÓN DE NUDOS CRÍTICOS			
	DURACIÓN	IMPACTO	DIFICULTAD	TOTAL
Ubicación geográfica desfavorable, distante de las principales ciudades.	3	1	2	6
Presencia de procesos de tala de árboles que ha degradado el suelo en parte del páramo de la parroquia.	1	3	2	6
Existe procesos de quema de pajonal, depósito inadecuado de basura, cacería en ecosistemas nativos, uso de insumos químicos y contaminación de fuentes de agua	3	2	2	7
Altos niveles de migración tanto interna como externa, básicamente por la insuficiente disponibilidad de fuentes de ingresos económicos.	3	2	1	6
Existen cuatro escuelas unidocentes en las comunidades de la parroquia, solo en la cabecera parroquial existe una escuela y un colegio con personal completo.	3	1	1	5
Posicionamiento de otros destinos turísticos.	2	2	3	7
Ocurrencia de fenómenos naturales, como terremotos e inundaciones.	3	2	2	7
Escasa ejecución de proyectos por parte del gobierno cantonal y provincial.	3	1	2	6
Determinación de otros territorios como prioridad para apoyo de instituciones tanto públicas como no gubernamentales	2	2	3	7
Desconocimiento de los atractivos a nivel provincial y nacional.	3	3	3	9
Escasos recursos económicos para promoción y preservación de los atractivos turísticos.	2	2	3	7
Presencia de ganado bovino en los páramos de la parroquia.	2	3	1	6
Avance de la frontera agrícola hacia áreas con vegetación natural.	2	2	2	6
Al servicio de telefonía fija acceden pocos habitantes de todas las comunidades de la parroquia. La telefonía móvil está limitada a los sectores altos de la parroquia y solo existe una operadora (Claro)	1	2	2	5

NUDOS CRÍTICOS	PRIORIZACIÓN DE NUDOS CRÍTICOS			
	DURACIÓN	IMPACTO	DIFICULTAD	TOTAL
Reducción de caudales de agua debido al cambio climático que aqueja al país y el mundo.	3	2	1	6
Insuficientes estudios en temas de biodiversidad y endemismo.	2	3	3	8
Escaso servicio de transporte público en la parroquia, existe solo una frecuencia que cubre desde la ciudad de San Miguel hasta la cabecera parroquial, y otra frecuencia desde Riobamba hasta la comunidad de Yunguilla.	2	3	2	7
Insuficiente cobertura de servicios básicos en general, los sistemas de agua se encuentran obsoletos y el agua de consumo humano es de pésima calidad. El servicio de tratamiento de aguas residuales es de baja calidad, el sistema de alcantarillado de la cabecera parroquial se encuentra colapsado.	3	3	3	9
No existe servicio de recolección de basura en todas las comunidades de la parroquia.	2	2	2	6
Priorización de otros territorios para inversión pública y/o privada.	2	3	2	7
Reducción de fuentes de agua para dotación de servicio de agua potable.	3	2	1	6
Las baterías sanitarias existentes en la cabecera parroquial y en ciertas comunidades no dan un servicio adecuado	1	2	2	5
Mal estado de las vías de acceso a la parroquia	2	2	2	6
Inexistencia de señalética turística, los senderos que conducen hacia los atractivos turísticos se encuentran en mal estado y en ciertos casos son inexistentes.	3	3	3	9
No existen productos turísticos estructurados para la implementación de infraestructura y facilidades turísticas.	3	3	3	9
Inadecuada coordinación y articulación conjunta entre los niveles de gobierno y demás instituciones públicas para implementación de facilidades turísticas (señalética, senderos etc.)	1	2	2	5
Periodos invernales prologados e intensos que provoquen deslizamiento de tierras.	1	2	2	5
La parroquia no oferta ningún servicio turístico.	3	3	3	9
La población no ha sido capacitada en temas de prestación de servicios turísticos.	2	2	3	7

NUDOS CRÍTICOS	PRIORIZACIÓN DE NUDOS CRÍTICOS			
	DURACIÓN	IMPACTO	DIFICULTAD	TOTAL
Escasa coordinación entre instituciones públicas y privadas que trabajan en fomento de la actividad turística.	2	2	2	6
Falta de coordinación entre los niveles de gobierno y los ministerios competentes.	1	2	3	6
Inexistencia de resoluciones que regulen las actividades turísticas a nivel parroquial.	2	3	3	8
No existen asociaciones para brindar servicios turísticos	2	3	2	7
Escaso presupuesto para el desarrollo de actividades que impulsen el turismo en la parroquia.	2	3	3	8
Creación de nueva legislación que afecte el desarrollo del turismo.	1	2	2	5
Intereses políticos que definen los montos y áreas de ejecución del presupuesto participativo de los niveles de gobierno cantonal y provincial.	2	2	3	7
Ineficiente ejecución de presupuestos de los niveles de gobierno e instituciones de ejecutivo descentralizado.	2	2	3	7
Falta de gestión para firma de convenios de cooperación con instituciones educativas del país.	1	2	2	5
Inexistencia de visitantes nacionales y extranjeros	3	2	2	7
Posicionamiento de otros destinos turísticos similares a la parroquia.	2	2	3	7

Fuente: Taller participativo parroquial  
 Elaborado por: Daniel Córdova

Una vez aplicada la matriz para la valoración de debilidades y amenazas bajo los criterios de duración, impacto y dificultad se llegó a definir como nudos críticos los siguientes aspectos que se enumeran a continuación:

- Desconocimiento de los atractivos a nivel provincial y nacional.
- Insuficiente cobertura de servicios básicos en general, los sistemas de agua se encuentran obsoletos y el agua de consumo humano es de pésima calidad.

El servicio de tratamiento de aguas residuales es de baja calidad, el sistema de alcantarillado de la cabecera parroquial se encuentra colapsado.

- Inexistencia de señalética turística, los senderos que conducen hacia los atractivos turísticos se encuentran en mal estado y en ciertos casos son inexistentes.
- No existen productos turísticos estructurados para la implementación de infraestructura y facilidades turísticas.
- La parroquia no oferta ningún servicio turístico.
- Inexistencia de resoluciones que regulen las actividades turísticas a nivel parroquial.
- Escaso presupuesto para el desarrollo de actividades que impulsen el turismo en la parroquia.

### c. Identificación de los factores claves de éxito

Cuadro 57. Matriz de identificación y priorización de factores clave de éxito.

FACTOR CLAVE DE EXITO	PRIORIZACION DE FACTORES CLAVES DE ÉXITO			
	CALIDAD	PRODUCTIVIDAD	EXCLUSIVIDAD	TOTAL
Se ubica en una zona montañosa, lo cual permite tener varios ecosistemas andinos como bosque de neblina montano, bosque siempreverde montano alto, Bosque Húmedo montano Occidental y páramo húmedo	3	3	2	8
Alto grado de biodiversidad de especies de flora y fauna, en el bosque Cashca-Totoras y Tangabana.	3	3	3	9
Niveles bajos de contaminación ambiental tanto visual como acústica.	3	2	2	7
Implementación de un nuevo modelo económico de desarrollo.	2	3	1	6

FACTOR CLAVE DE EXITO	PRIORIZACION DE FACTORES CLAVES DE ÉXITO			
	CALIDAD	PRODUCTIVIDAD	EXCLUSIVIDAD	TOTAL
Ejecución del Plan Nacional del Buen Vivir, el cual tiende equiparar las zonas con mayor índice de pobreza.	1	3	1	5
Apoyo al sector rural de las instituciones del estado.	1	3	1	5
Asignación presupuestaria anual para el Gobierno Parroquial de Cañi	1	3	1	5
Evidencia de material cultural arqueológico	3	3	2	8
Presencia de varios pisos climáticos en donde existe variedad de atractivos.	3	3	1	7
Presencia de bosques andinos primarios como un alto grado de biodiversidad tanto de flora como fauna.	2	3	2	7
Presencia de un sistema hídrico con aguas cristalinas.	3	3	1	7
Incremento de turistas con el perfil acorde a la oferta turística de Cañi.	3	3	1	7
Apoyo del Ministerio del Ambiente para actividades de conservación y/o manejo de ecosistemas frágiles.	2	3	1	6
Articulación de los atractivos de la parroquia para promoción y difusión.	3	3	1	7
Implementación de programas como socio-páramo o socio-bosque.	2	3	1	6
El servicio de energía eléctrica es brindado por el sistema interconectado del país y el servicio está presente en el 100% de las comunidades de la parroquia.	3	3	1	7
Existencia de un puesto de salud en la cabecera parroquial, y del proyecto de medicina natural Biosalud.	2	3	1	6
El servicio de internet se oferta en la cabecera parroquial, mediante el proyecto de Infocentros y en el colegio "28 de agosto"	2	3	1	6
Reducción de tiempos de viaje desde la ciudad Riobamba hacia la parroquia gracias a la apertura de la vía Navag – Cañi	3	3	1	7

FACTOR CLAVE DE EXITO	PRIORIZACION DE FACTORES CLAVES DE ÉXITO			
	CALIDAD	PRODUCTIVIDAD	EXCLUSIVIDAD	TOTAL
Implementación de programas de dotación de servicios básicos por parte del MIDUVI.	2	3	1	6
Fuerte inversión social que el gobierno central realiza en zonas rurales.	2	3	1	6
Ejecución del Plan Nacional del Buen Vivir, el cual tiende a satisfacer las necesidades básicas insatisfechas de los territorios.	2	3	1	6
Apoyo del nivel de gobierno cantonal y provincial para diseño y/o ejecución de proyectos para implementación de infraestructura turística.	1	3	1	5
Asignación presupuestaria para el Gobierno Parroquial de Cañi.	1	3	1	5
Articulación hacia el PLANDETUR 2020 para financiamiento de infraestructura turística por parte del MINTUR.	2	3	2	7
Existencia de la playa de Silapala un sitio con alto potencial para brindar servicios turísticos.	3	3	3	9
Predisposición de la población para capacitarse en la prestación de servicios turísticos.	2	3	2	7
El Ministerio de Turismo a través del PLANDETUR 2020, brinda capacitaciones y asistencia técnica para prestadores de servicios.	2	3	2	7
El Banco Nacional de Fomento y la CFN, proveen de financiamiento para emprendimientos turísticos.	2	3	2	7
Definición de programas, proyectos y políticas para el desarrollo de la actividad turística en el PDOT parroquial.	2	3	2	7
Apoyo técnico de Organizaciones no Gubernamentales en el desarrollo del turismo	2	3	2	7

FACTOR CLAVE DE EXITO	PRIORIZACION DE FACTORES CLAVES DE ÉXITO			
	CALIDAD	PRODUCTIVIDAD	EXCLUSIVIDAD	TOTAL
Elaboración de PDOT's en los diferentes niveles de Gobierno que permitirá una mejor coordinación.	1	3	1	5
Compromiso de las autoridades del Gobierno parroquial para impulsar la actividad turística en la zona	1	3	2	6
Alto interés de la población para incursionar en la actividad turística.	1	3	2	6
Crecimiento de la demanda con inclinación al turismo sostenible(turismo comunitario, ecoturismo, turismo de aventura)	2	3	1	6

Fuente: Taller participativo parroquial  
 Elaborado por: Daniel Córdova

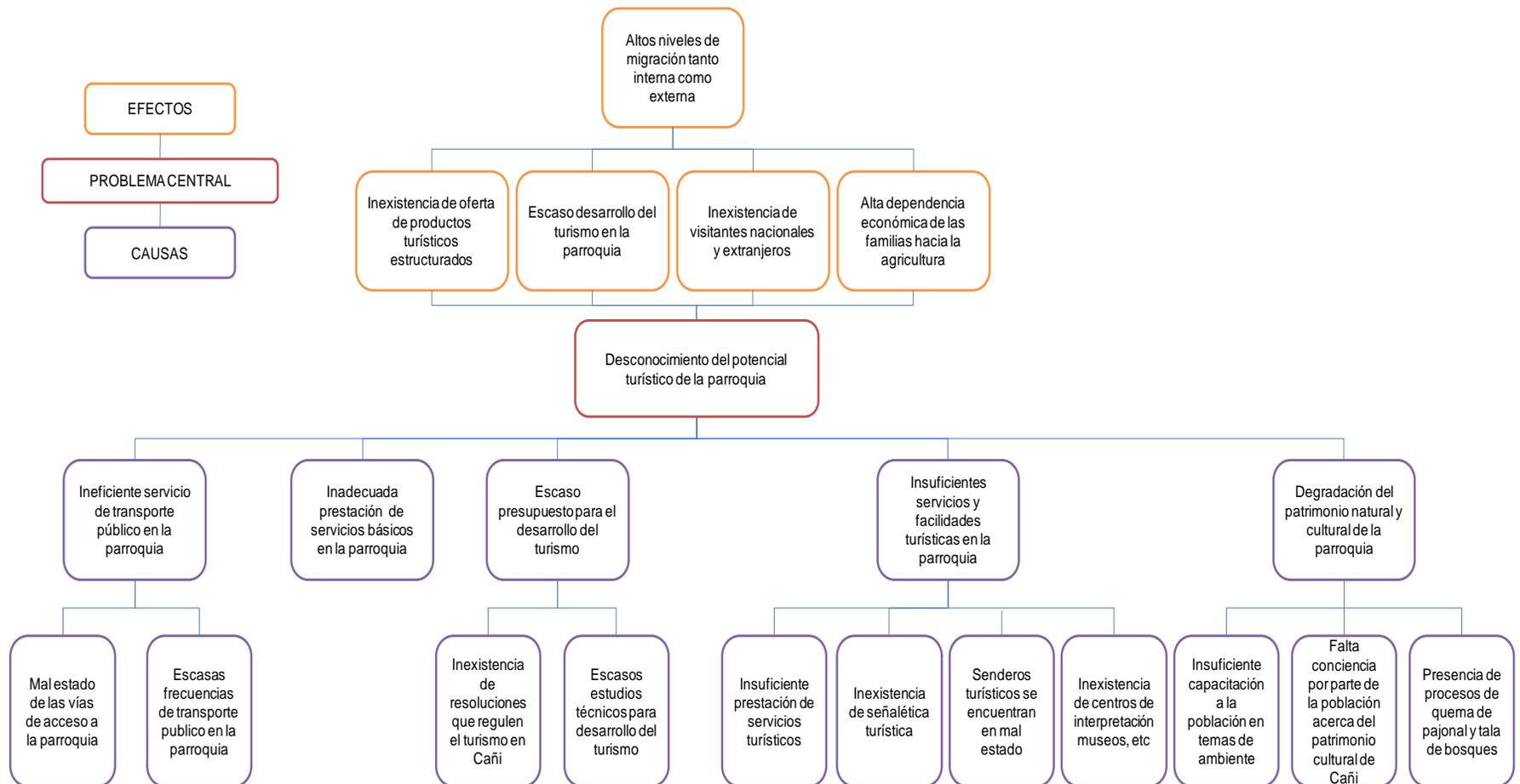
Una vez aplicada la matriz para la valoración de fortalezas y oportunidades bajo los criterios de calidad, productividad y competitividad se llegó a definir como factores clave de éxito a los siguientes:

- Se ubica en una zona montañosa, lo cual permite tener varios ecosistemas andinos como bosque de neblina montano, bosque siempreverde montano alto, Bosque Húmedo montano Occidental y páramo húmedo
- Alto grado de biodiversidad de especies de flora y fauna, en el bosque Cashca-Totoras y Tangabana.
- Evidencia de material cultural arqueológico
- Existencia de la playa de Silapala un sitio con alto potencial para brindar servicios turísticos.

## 2. Análisis ZOOP

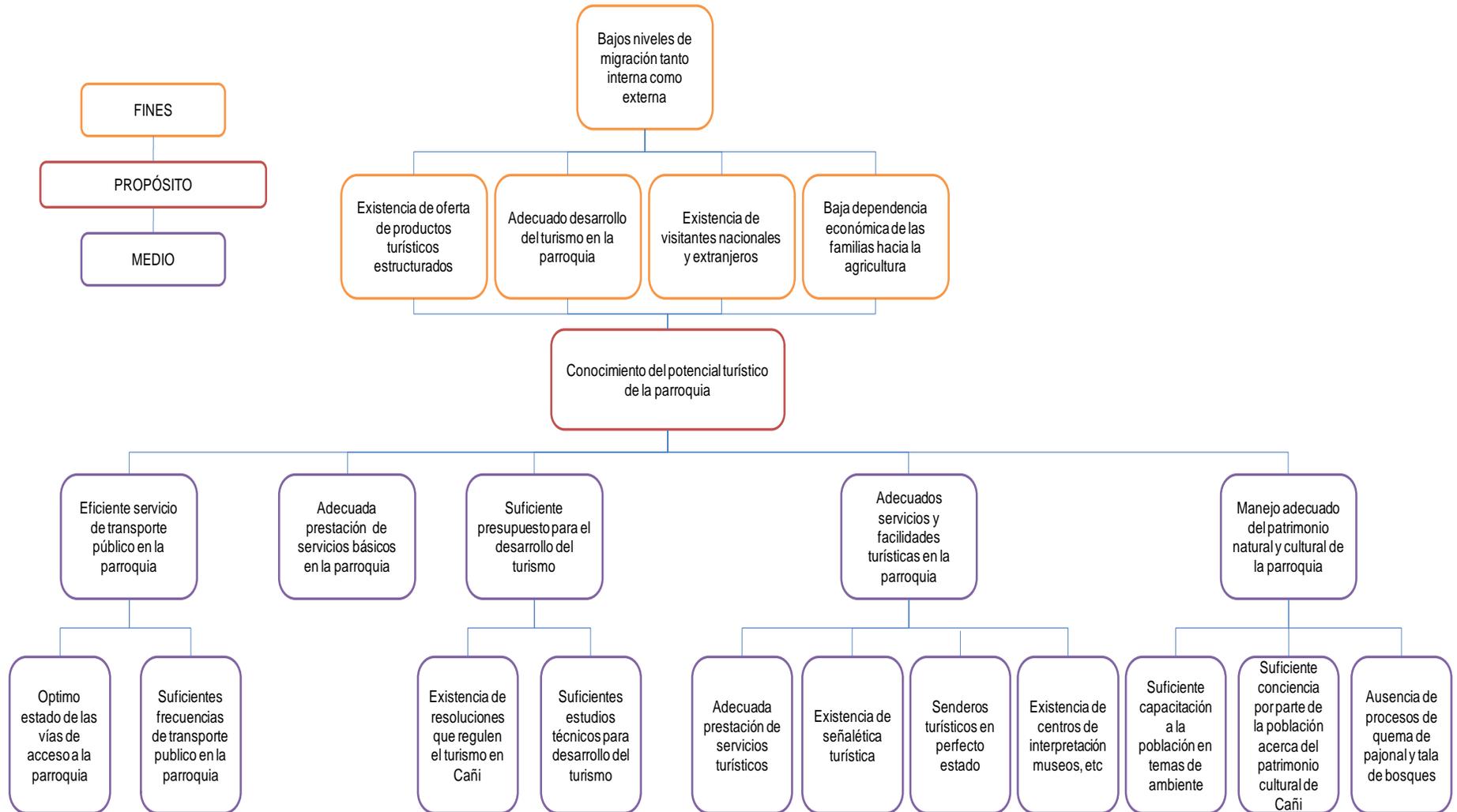
### a. Árbol de problemas

Grafico 45. Árbol de problemas del sector turístico de Cañi



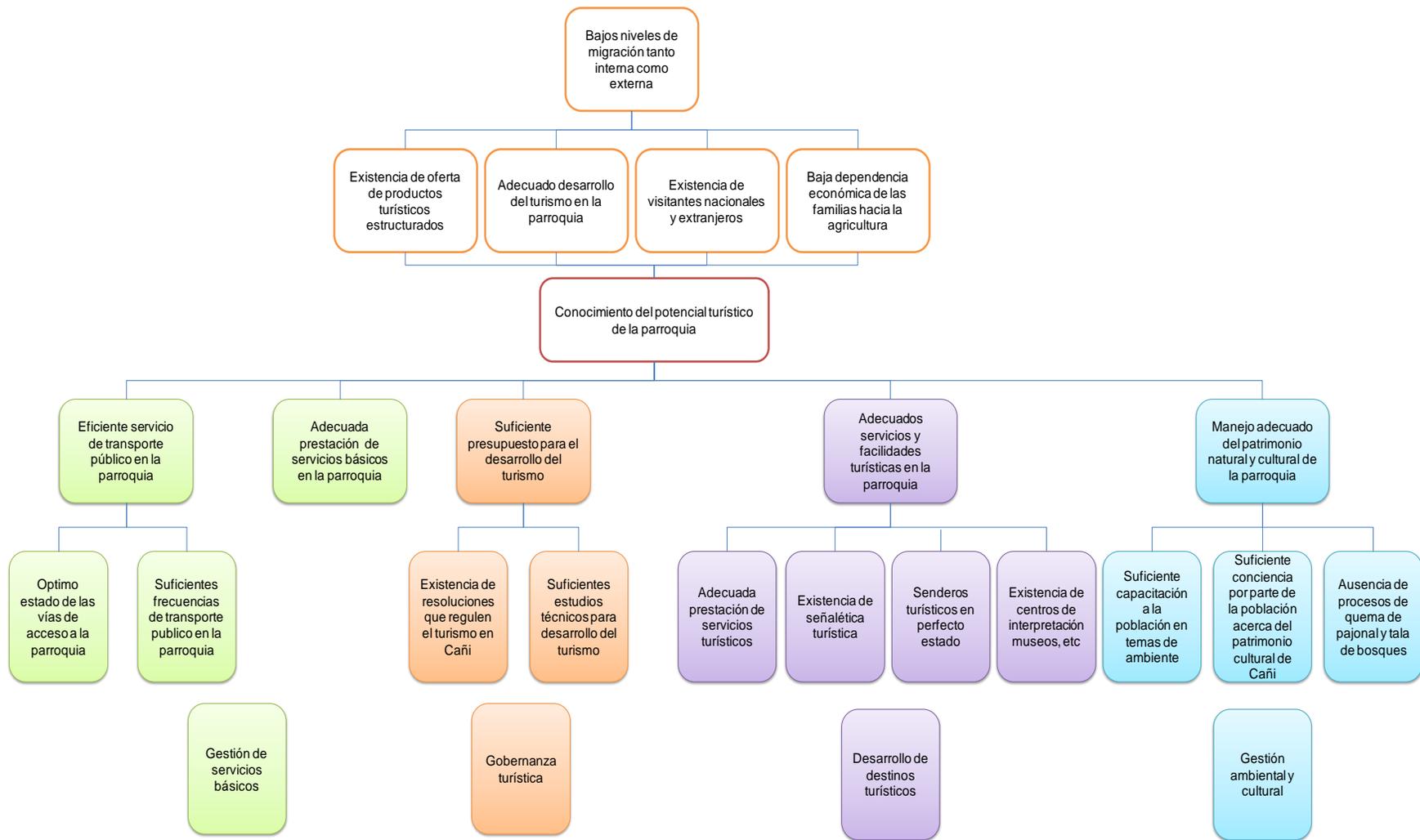
**b. Árbol de objetivos**

**Grafico 46. Árbol de objetivos del sector turístico de Cañi**



c. Análisis de alternativas

Grafico 47. Análisis de alternativas del sector turístico de Cañi



#### d. Análisis de involucrados

Cuadro 58. Análisis de involucrados en el sector turístico de Cañi.

GRUPO	FUNCIÓN	INTERESES	POTENCIALIDADES	LIMITACIONES
Ministerio de Turismo	Organización y fortalecimiento de la gobernanza turística del país. Impulsar el desarrollo de destinos y facilitación turística. Marketing y promoción turística Educación y capacitación de Recursos humanos en turismo sostenible. Fomento de inversiones y gestión financiera Medidas transversales de gestión sociocultural y ambiental para el turismo sostenible.	Incentivar el desarrollo del turismo sostenible en los territorios del país.	Institución rectora en el sector turismo.  Recursos humanos, técnicos y económicos.	Apoyo brindado en su mayoría a destinos consolidados.
Ministerio del Ambiente	Perpetuar el patrimonio natural del país. Ejecución de programas como Socio Bosque o PRAS en Cañi. Apoyo en capacitaciones en temas de ambiente. Aprobación de fichas o licencias ambientales para ejecución de infraestructura	Protección y conservación de ecosistemas frágiles. Controlar y/o supervisar que todos los proyectos ejecutados no tengan acciones nocivas con el ambiente.	Ente rector en temas ambientales.	Escaso personal para control de acciones nocivas hacia el ambiente.
Gobierno provincial de Chimborazo	Planificar, construir y mantener el sistema vial de ámbito provincial rural.  Fomentar las actividades productivas provinciales.	Desarrollo turístico y pro-ductivo integral de la provincia.	Recursos económicos, técnicos y maquinaria.	Escasa coordinación y planificación de las acciones realizadas en los territorios.

GRUPO	FUNCIÓN	INTERESES	POTENCIALIDADES	LIMITACIONES
Gobierno municipal de Colta	Dotación de servicios básicos en las parroquias y comunidades.  Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón.	Elevar el nivel de calidad de vida del sector rural del cantón.  Reducir la tasa de migración interna en el sector rural.	Recursos económicos, técnicos.	El plan cantonal no evidencia la realidad de los sectores rurales de Colta.
Gobierno parroquial de Cañi	Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente. Promover la organización de los ciudadanos de las comunas, recintos y demás asentamientos rurales, con el carácter de organizaciones territoriales de base.	Propiciar e incentivar el desarrollo sustentable de la parroquia a través de actividades productivas como el turismo.	Cuenta con un plan de desarrollo y ordenamiento territorial en plena ejecución.	Escasa asignación presupuestaria anual.
Centros de Educación Superior	Dotación de personal técnico para desarrollo de investigaciones en turismo.	Brindar una educación práctica a los estudiantes.  Lograr una efectiva inserción de los nuevos profesionales en los territorios.	Actualización constante de los estudiantes en nuevas metodologías, procedimientos, etc.	Escasa asignación de recursos económicos para ejecución de investigaciones.
INPC (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural)	Inventarios de piezas arqueológicas en la parroquia Cañi.	Precautelar el patrimonio cultural de la parroquia y del país.	Recurso humano y técnico.  Manejo de metodologías apropiadas para el inventario piezas arqueológicas con valor cultural.	Recursos económicos.

Fuente: Taller participativo parroquial  
Elaborado por: Daniel Córdova

### **3. Formulación filosófica**

#### **a. Misión**

Impulsar, desarrollar y regular la actividad turística sostenible en la parroquia Cañi, a través de la dotación de facilidades turísticas, la estructuración de productos turísticos de calidad e incentivando la inversión pública, privada y comunitaria, basados en un enfoque incluyente y solidario, de tal manera que se constituya un pilar de la económica de la población caneña con miras a incrementar los ingresos económicos de las familias de la parroquia.

#### **b. Visión**

Lograr en un periodo de cinco años, el desarrollo sostenible de la actividad turística en la parroquia Cañi, a través de la oferta de productos turísticos de calidad, que integren el patrimonio cultural y natural de la parroquia en donde los principales protagonistas sea la población caneña.

#### **c. Valores**

- d. Inclusión de género y generacional
- e. Sostenibilidad
- f. El bien común
- g. Interculturalidad
- h. Vanguardia técnica y tecnológica
- i. Transparencia
- j. Eficiencia
- k. Eficacia
- l. Honestidad
- m. Solidaridad
- n. Enfoque social

#### **4. Formulación estratégica**

##### **a. Objetivos estratégicos**

- 1) Posicionar a nivel provincial y nacional los atractivos turísticos naturales y culturales que posee la parroquia Cañi
- 2) Dotar de servicios básicos de calidad a las comunidades de la parroquia.
- 3) "Implementar senderos que faciliten la conectividad de los turistas con los atractivos turísticos de la parroquia.
- 4) Contar con una adecuada señalética turística acorde a los lineamientos que exige el MINTUR."
- 5) Impulsar el diseño de productos turísticos que articulen los atractivos más importantes de la parroquia y además cuenten con servicios turísticos de calidad junto con un adecuado modelo de operación turística adecuado y viable para el Gobierno parroquial.
- 6) Promover la oferta de servicios turísticos en la parroquia mediante capacitaciones a la población y la construcción de infraestructura destinada a la prestación de servicios turísticos.
- 7) Estructurar el marco legal necesarios que debe cumplir el GAD parroquial para incursionar en la actividad turística cumpliendo los requerimientos legales que exigen los estamentos legales del país.
- 8) Captar la mayor cantidad de recursos financieros para el fomento de la actividad turística.
- 9) Aprovechar la variedad de ecosistemas que existen en la parroquia Cañi como recursos turísticos.
- 10) Proteger y conservar el patrimonio natural en la parroquia.
- 11) Recuperar el patrimonio cultural arqueológico existente en la parroquia y aprovecharlo como un recurso turístico.
- 12) Potenciar y posicionar el sitio como el centro de operación turística de la parroquia.

## **b. Estrategias**

### **1) Estrategias de cambio**

- a) La parroquia asistirá a eventos de difusión turística como ferias de turismo.
- b) Elaboración de una guía turística de la parroquia Cañi.
- c) Involucramiento de la población caneña para tomar conciencia del potencial turístico que posee la parroquia.
- d) Solicitar y exigir la ejecución de proyectos que doten de servicios básicos a las comunidades de la parroquia.
- e) Gestionar ante el MIDUVI presupuestos para brindar y/o mejorar los servicios básicos de las comunidades de Cañi.
- f) El gobierno parroquial diseña e implementa proyectos para dotar servicios básicos en sitios de prestación de servicios turísticos.
- g) Se realizará la priorización de senderos turísticos que conduzcan a los atractivos turísticos de mayor potencial de la parroquia.
- h) Diseño técnico de senderos tomando en cuenta los lineamientos del MINTUR Y MAE.
- i) Implementación de senderos turísticos debidamente señalizados bajo los lineamientos técnicos y ambientales del Ministerio de Turismo y Ministerio del Ambiente.
- j) Diseño de productos turísticos estructurantes que faciliten la comercialización y operación turística en la parroquia.
- k) Elaboración de un modelo de operación turística para el Gobierno Parroquial de Cañi acorde a la nueva legislatura vigente.
- l) Incentivar a la población de la parroquia en el establecimiento de pequeñas iniciativas para la prestación de servicios.
- m) Diseño e implementación de infraestructura destinada a la prestación de servicios turísticos.
- n) Capacitar a la población interesada en la prestación de servicios turísticos en temas de atención al cliente y calidad del servicio.

- o) Promover la formación de asociaciones de guías nativos de la parroquia para ser susceptibles de capacitaciones por parte del MINTUR.
- p) Elaborar la resolución pertinente para la creación de la Unidad de Producción del GAD parroquial.
- q) Elaboración de los reglamentos necesarios para la operación y ejecución de proyectos por parte de la Unidad de Producción del GAD parroquial.
- r) Definición de manuales de procedimientos para cada una de las actividades a cargo de la Unidad de Producción del GAD parroquial.
- s) Elaboración de estudios de pre-factibilidad y factibilidad en materia de turismo.
- t) Presentación de proyectos en las diferentes instituciones del estado, privada u organización no gubernamentales.

## **2) Estrategias de consolidación**

- a) Elaborar un plan de manejo de los ecosistemas frágiles presentes en la parroquia.
- b) Propiciar el involucramiento de todas las instituciones y habitantes de la parroquia para la conservación de los ecosistemas nativos de Cañi.
- c) Incentivar a la población de la parroquia en el cuidado del ambiente con el fin de conservar el patrimonio natural.
- d) Realizar inventarios de flora, fauna y avifauna para determinar índices de biodiversidad y endemismo.
- e) Elaborar planes de conservación de flora y fauna.
- f) Concientizar a los pobladores de la parroquia en el cuidado y protección de las especies de flora y fauna.
- g) Promover la ejecución de proyectos amigables con el ambiente por parte de las instituciones públicas y privadas.
- h) Realizar inventarios de piezas arqueológicas encontradas en la parroquia y que se encuentran en posesión de varios pobladores de Cañi.
- i) Elaborar prospecciones arqueológicas de posibles sitios que fueron habitados en tiempos precolombinos.

- j) Concientizar a la población canela de la importancia que representan estas piezas halladas en Cañi.
- k) Diseño e implementación de proyectos para la dotación de servicios turísticos en la playa de Silapala.
- l) Realizar una adecuada difusión del sitio para posicionarlo a nivel nacional.

### **c. Políticas**

- 1) Implementación de un programa de difusión de atractivos turísticos naturales y culturales de la parroquia Cañi.
- 2) Gestión ante el Gobierno Cantonal de Colta y el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda para la dotación y/o mejoramiento de servicios básicos de calidad en las comunidades de la parroquia.
- 3) Dotación de servicios básicos de calidad en sitios de prestación de servicios turísticos.
- 4) Diseño e implementación de senderos turísticos que faciliten el acceso a los atractivos turísticos de la parroquia.
- 5) Trabajo conjunto con el MINTUR para la dotación de señalética turística en la parroquia.
- 6) Diseño de productos turísticos que permitan un desarrollo sostenible de la actividad turística de la parroquia Cañi.
- 7) Ofertar servicios turísticos de calidad en Cañi sean estos públicos es decir administrados por el GAD o privados ofertados por la población caneña.
- 8) Realizar el debido proceso para realizar una adecuada incursión del GAD parroquial en la actividad turística
- 9) Gestionar ante instituciones públicas, privadas y no gubernamentales en pos de la consecución de presupuestos para impulsar el turismo en Cañi.
- 10) Proteger y conservar los ecosistemas presentes en la parroquia para aprovecharlos como atractivos turísticos.
- 11) Perpetuar la riqueza natural existente en la parroquia para aprovechar como un atractivo turístico.

- 12) Inventariar y contextualizar las evidencias arqueológicas encontradas y realizar estudios para el hallazgo de nuevas evidencias.
- 13) Implementar proyectos para la dotación de servicios y facilidades turísticas en el sitio.

## **C. ELABORACIÓN DE LA PLANEACIÓN OPERATIVA DEL PLAN DE DESARROLLO DE LA PARROQUIA CAÑI.**

### **1. Definición de programas y proyectos**

#### **a. Programa de gestión de servicios básicos encaminados al desarrollo del turismo sostenible de la parroquia Cañi.**

##### **1) Descripción**

El presente programa busca lograr una adecuada prestación de los servicios básicos en las comunidades de la parroquia, a través del mejoramiento de la prestación de los servicios básicos en cada una de las comunidades de la parroquia Cañi previo a la delegación de la competencia municipal de prestación los servicios públicos de agua potable, alcantarillado, manejo de desechos sólidos, y actividades de saneamiento ambiental, para que de esta manera el gobierno parroquial este en capacidad legal de invertir en esta competencia; además basa su accionar en la concientización de la población para un adecuado cuidado y mantenimiento de la infraestructura de los servicios básicos de tal forma que se preste un servicio de calidad en cada una de las comunidades de la parroquia. El programa de gestión de servicios básicos encaminados al desarrollo del turismo sostenible de la parroquia Cañi está dirigido principalmente a los jefes de familia de las comunidades de Cañi, los cuales serán los responsables de mantener en óptimas condiciones la infraestructura destinada a la prestación de servicios básicos una vez realizada la campaña de concientización, lo cual beneficiará a

toda la población de Cañi que tendrán acceso a una prestación de servicios básicos de calidad.

## 2) Objetivos

- Obtener la delegación de la competencia de prestación de servicios básicos por parte del municipio de Colta.
- Realizar una prestación de servicios básicos de calidad en la parroquia.
- Concientizar a la población sobre el mantenimiento de la infraestructura destinada a la prestación de servicios básicos.

## 3) Identificación de proyectos

- Proyecto de mejoramiento de los servicios básicos de las comunidades de la parroquia.
- Proyecto de capacitación para un adecuado manejo de la prestación de servicios básicos

## 4) Marco lógico

Cuadro 59. Marco lógico del programa 1

JERARQUÍA DE OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
<b>FIN</b> Contribuir al conocimiento del potencial turístico que posee la parroquia Cañi para un adecuado aprovechamiento del mismo.	El 20% de las familias de la parroquia Cañi sustenta su economía en la actividad turística.	Encuestas, Estadísticas económicas de la parroquia, registro de visitantes, RUC's de las familias.	Las instituciones públicas, privadas y ONG's brindan el apoyo necesario para lograr el desarrollo sostenible de la actividad turística de la parroquia.
<b>PROPÓSITO</b>			

JERARQUÍA DE OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
Implementar un programa de gestión de servicios básicos encaminados al desarrollo del turismo sostenible de la parroquia Cañi.	El 100% de las familias de tres comunidades de la parroquia acceden a servicios básicos de calidad	Informe técnico, registros de usuarios, Registro de cobros por servicios, Encuestas de satisfacción a los usuarios de los servicios básicos.	Decisión política favorable en el cantón Colta para realizar una adecuada intervención en torno a la prestación de servicios básicos.
<b>COMPONENTES</b>			
1. Proyecto de mejoramiento de los servicios básicos de las comunidades de la parroquia.	Tres comunidades de la parroquia Cañi cuentan con agua de consumo humano y tratamiento de aguas residuales de calidad.	Convenio de delegación o gestión concurrente de la competencia de servicios básicos. Estudios de calidad del agua de consumo humano en las comunidades de la parroquia.	El gobierno municipal de Colta ejecutara de una manera eficiente la competencia de servicios básicos.
2. Proyecto de capacitación para un adecuado manejo de la prestación de servicios básicos	El 100% de las familias de las tres comunidades que acceden a servicios básicos de calidad son capacitados en un adecuado manejo de la prestación de los servicios básicos.	Registro de asistentes a los eventos de capacitación. Plan de capacitación en adecuado manejo de la prestación de los servicios básicos.	La población se compromete en la asistencia a los eventos de capacitación. Las capacitaciones son aceptadas y puestas en práctica por las familias de las comunidades.

JERARQUÍA DE OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
<p><b>ACTIVIDADES</b></p> <p>1.1 Gestionar ante el gobierno municipal el convenio de delegación o gestión concurrente de la competencia de servicios básicos.</p> <p>1.2 Levantamiento de línea base en torno a la prestación de servicios básicos.</p> <p>1.3 Realización de estudios de factibilidad para la implementación de servicios básicos de calidad.</p> <p>1.4 Implementación de proyectos para el mejoramiento de la prestación de servicios básicos de calidad.</p> <p>2.1 Elaboración del plan de capacitación para el manejo adecuado de la prestación de los servicios básicos.</p>	<p>\$ 750,00</p> <p>\$ 650,00</p> <p>\$ 8550,00</p> <p>\$ 90550,00</p> <p>\$ 550,00</p>	<p>Órdenes de pago, facturas, vales, contabilidad, certificaciones presupuestarias.</p>	<p>Los recursos económicos necesarios para el mejoramiento de servicios básicos fluyen con normalidad.</p>

JERARQUÍA DE OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
2.2 Realización de eventos de capacitación para un manejo adecuado de la prestación de servicios básicos.	\$ 980,00		
2.3 Monitoreo y seguimiento de la prestación de los servicios básicos.	\$ 650,00		

## 5) Cronograma

Cuadro 60. Cronograma del programa 1

Proyecto	Actividad/Tarea	AÑO1				AÑO 2			
		T 1	T 2	T 3	T 4	T 1	T 2	T 3	T 4
1. Proyecto de mejoramiento de los servicios básicos de las comunidades de la parroquia.	1.1 Gestionar ante el gobierno municipal el convenio de delegación o gestión concurrente de la competencia de servicios básicos.	X							
	1.2 Levantamiento de línea base en torno a la prestación de servicios básicos.		X						
	1.3 Realización de estudios de factibilidad para la implementación de servicios básicos de calidad.			X	X				
	1.4 Implementación de proyectos para el mejoramiento de la prestación de servicios básicos de calidad.				X	X	X		

Proyecto	Actividad/Tarea	AÑO1				AÑO 2			
		T 1	T 2	T 3	T 4	T 1	T 2	T 3	T 4
2. Proyecto de capacitación para un adecuado manejo de la prestación de servicios básicos.	2.1 Elaboración del plan de capacitación para el manejo adecuado de la prestación de los servicios básicos.						X		
	2.2 Realización de eventos de capacitación para un manejo adecuado de la prestación de servicios básicos.						X		
	2.3 Monitoreo y seguimiento de la prestación de los servicios básicos.						X	X	X

## 6) Presupuesto

Cuadro 61. Presupuesto para el proyecto 1.1

1. Proyecto de mejoramiento de los servicios básicos de las comunidades de la parroquia.				
1.1 Gestionar ante el gobierno municipal el convenio de delegación o gestión concurrente de la competencia de servicios básicos.				
Rubro	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
			(USD)	(USD)
Recopilación de documentación habilitante acerca de la competencia	1	Global	\$ 200,00	\$ 200,00
Visita a las instituciones pertinentes.	5	Unidad	\$ 70,00	\$ 350,00
Elaboración de convenios	1	Global	\$ 200,00	\$ 200,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 750,00
1.2 Levantamiento de línea base en torno a la prestación de servicios básicos.				
Rubro	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
			(USD)	(USD)
Personal para levantamiento de información	1	mes	\$ 500,00	\$ 500,00
Movilización	6	Flete	\$ 25,00	\$ 150,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 650,00

<b>1.3 Realización de estudios de factibilidad para la implementación de servicios básicos de calidad.</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
			<b>(USD)</b>	<b>(USD)</b>
Realización de procesos precontractuales y contractuales.	2	Unidad	\$ 250,00	\$ 500,00
Impresión de documentos	1	Global	\$ 50,00	\$ 50,00
Realización de estudios	1	unidad	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 8.550,00</b>
<b>1.4 Implementación de proyectos para el mejoramiento de la prestación de servicios básicos de calidad.</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
			<b>(USD)</b>	<b>(USD)</b>
Realización de procesos precontractuales y contractuales.	2	Unidad	\$ 250,00	\$ 500,00
Impresión de documentos	1	Global	\$ 50,00	\$ 50,00
Costo de implementación	1	Global	\$ 90.000,00	\$ 90.000,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 90.550,00</b>
<b>COSTO TOTAL POR PROYECTO</b>				<b>\$ 100.500,00</b>

Cuadro 62. Presupuesto para el proyecto 1.2

<b>2. Proyecto de capacitación para un adecuado manejo de la prestación de servicios básicos.</b>				
<b>2.1 Elaboración del plan de capacitación para el manejo adecuado de la prestación de los servicios básicos.</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
			<b>(USD)</b>	<b>(USD)</b>
Pago personal técnico	1	Unidad	\$ 500,00	\$ 500,00
Impresión de documentación	1	global	\$ 50,00	\$ 50,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 550,00</b>
<b>2.2 Realización de eventos de capacitación para un manejo adecuado de la prestación de servicios básicos.</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
			<b>(USD)</b>	<b>(USD)</b>
Pago personal técnico	1	Unidad	\$ 500,00	\$ 500,00
Alimentación para asistentes	80	Refrigerios	\$ 2,00	\$ 160,00
Material informativo para participantes	80	Unidad	\$ 4,00	\$ 320,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 980,00</b>

<b>2.3 Monitoreo y seguimiento de la prestación de los servicios básicos.</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
			<b>(USD)</b>	<b>(USD)</b>
Pago personal técnico	1	Unidad	\$ 500,00	\$ 500,00
Movilización	6	flete	\$ 25,00	\$ 150,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 650,00
<b>COSTO TOTAL POR PROYECTO</b>				\$ 2.180,00

**b. Programa de fortalecimiento de la gobernanza turística en la parroquia Cañi.**

**1) Descripción**

El programa de fortalecimiento de la gobernanza turística en la parroquia Cañi, pretende definir y estructurar todos los instrumentos legales como reformas del estatuto, reglamentos, manuales de funciones para una adecuada ejecución y administración de los proyectos productivos en el tema turístico, otro eje de trabajo del presente programa es la formación de asociaciones legalmente constituidas para que puedan ser objeto de beneficios de instituciones públicas y no gubernamentales como el Ministerio de Turismo, Gobierno Parroquial de Cañi, Banco Nacional de Fomento, Corporación Financiera Nacional, ONG´s entre otras, de manera que se fortalezca un tejido social en torno al fomento del turismo en la parroquia Cañi. Este programa está dirigido a las instituciones, asociaciones y población en general de la parroquia Cañi que se encuentren interesadas en la incursión en la actividad turística, a las cuales se dará el debido acompañamiento para una adecuada inclusión a la normativa legal vigente del país.

**2) Objetivos**

- Estructurar el marco legal necesario que debe cumplir el GAD parroquial para incursionar en la actividad turística cumpliendo los requerimientos legales que exigen los estamentos legales del país.

- Incentivar la formación de asociaciones de turismo en la parroquia.
- Brindar acompañamiento legal a las instituciones y asociaciones que se interesen en la incursión a la actividad turística en la Cañi.

### 3) Identificación de proyectos

- Proyecto de estructuración del marco legal del Gobierno Parroquial de Cañi para la incursión en el sector turístico.
- Proyecto para incentivar la formación de asociaciones turísticas en la parroquia Cañi.

### 4) Marco lógico

Cuadro 63. Marco lógico del programa 2

JERARQUÍA DE OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
<b>FIN</b> Contribuir al conocimiento del potencial turístico que posee la parroquia Cañi para un adecuado aprovechamiento del mismo.	El 20% de las familias de la parroquia Cañi sustente su economía en la actividad turística.	Encuestas, Estadísticas económicas de la parroquia, registro de visitantes, RUC's de las familias.	Las instituciones públicas, privadas y ONG's brindan el apoyo necesario para lograr el desarrollo sostenible de la actividad turística de la parroquia.
<b>PROPÓSITO</b> Implementar un programa para el fortalecimiento de la gobernanza turística en la parroquia Cañi.	El gobierno parroquial y las asociaciones cuentan con un marco legal totalmente estructurado.	Estatutos, resoluciones, actas, personería jurídica.	La Asociación de Gobiernos parroquiales rurales de Chimborazo puede brindar asesoramiento en torno al marco legal.
<b>COMPONENTES</b>			

JERARQUÍA DE OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
<p>Proyecto de estructuración del marco legal del Gobierno parroquial de Cañi para la incursión en el sector turístico.</p> <p>Proyecto para incentivar la formación de asociaciones turísticas en la parroquia Cañi.</p>	<p>El Gobierno Parroquial de Cañi cuenta con la estructuración de la normativa legal para incursionar en la actividad turística.</p> <p>La parroquia cuenta por lo menos con una asociación de turismo legalmente constituida.</p>	<p>Resoluciones administrativas, estatutos, reglamentos, manuales de procedimientos.</p> <p>Personería jurídica, RUC y estatutos de la asociación.</p>	<p>El CONAGOPARE brindará su apoyo técnico jurídico para la elaboración del marco legal turístico parroquial.</p> <p>El MIES y MINTUR patrocinará la formación de la asociación de turismo.</p>
<p><b>ACTIVIDADES</b></p> <p>1.1 Estudio de la situación legal actual del Gobierno parroquial.</p> <p>1.2 Elaboración de la propuesta de estatutos, reglamentos y manuales de procedimientos.</p> <p>1.3 Aprobación de la propuesta por parte de la junta parroquial.</p> <p>2.1 Desarrollo de eventos de motivación en las comunidades</p>	<p>\$ 350,00</p> <p>\$ 1100,00</p> <p>\$ 200,00</p> <p>\$ 460,00</p>	<p>Órdenes de pago, facturas, vales, contabilidad, certificaciones presupuestarias.</p>	<p>Los recursos económicos necesarios para el fortalecimiento de la gobernanza turística de la parroquia fluyen con normalidad.</p>

JERARQUÍA DE OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
2.2 Recopilación de requisitos para la formación de asociaciones de turismo.	\$ 400,00		
2.3 Legalización de la asociación ante las autoridades competentes.	\$ 550,00		

## 5) Cronograma

Cuadro 64. Cronograma del programa 2

Proyecto	Actividad/Tarea	AÑO1				AÑO 2			
		T 1	T 2	T 3	T 4	T 1	T 2	T 3	T 4
1. Proyecto de estructuración del marco legal del Gobierno parroquial de Cañi para la incursión en el sector turístico.	1.1 Estudio de la situación legal actual del Gobierno parroquial.		x						
	1.2 Elaboración de la propuesta de estatutos, reglamentos y manuales de procedimientos.		x						
	1.3 Aprobación de la propuesta por parte de la junta parroquial.		x	x					
2. Proyecto para incentivar la formación de asociaciones turísticas en la parroquia Cañi.	2.1 Desarrollo de eventos de motivación en las comunidades				X				
	2.2 Recopilación de requisitos para la formación de asociaciones de turismo.				X				
	2.3 Legalización de la asociación ante las autoridades competentes.				X	x			

## 6) Presupuesto

Cuadro 65. Presupuesto para el proyecto 2.1

<b>1. Proyecto de estructuración del marco legal del Gobierno Parroquial de Cañi para la incursión en el sector turístico.</b>				
<b>1.1 Estudio de la situación legal actual del Gobierno parroquial.</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
			<b>(USD)</b>	<b>(USD)</b>
Pago personal técnico	1	Unidad	\$ 300,00	\$ 300,00
Impresión de documentación	1	Global	\$ 50,00	\$ 50,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 350,00</b>
<b>1.2 Elaboración de la propuesta de estatutos, reglamentos y manuales de procedimientos.</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
			<b>(USD)</b>	<b>(USD)</b>
Pago personal técnico	1	Unidad	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Impresión de documentación	1	Global	\$ 100,00	\$ 100,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 1.100,00</b>
<b>1.3 Aprobación de la propuesta por parte de la junta parroquial.</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
			<b>(USD)</b>	<b>(USD)</b>
Pago personal técnico	1	Unidad	\$ 200,00	\$ 200,00
Realización de sesiones de la junta parroquial	6	sesiones	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 200,00</b>
<b>COSTO TOTAL POR PROYECTO</b>				<b>\$ 1.650,00</b>

Cuadro 66. Presupuesto para el proyecto 2.2

<b>2. Proyecto para incentivar la formación de asociaciones turísticas en la parroquia Cañi.</b>				
<b>2.1 Desarrollo de eventos de motivación en las comunidades</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
			<b>(USD)</b>	<b>(USD)</b>
Pago personal técnico	1	Unidad	\$ 300,00	\$ 300,00
Alimentación para asistentes	80	Refrigerios	\$ 2,00	\$ 160,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 460,00
<b>2.2 Recopilación de requisitos para la formación de asociaciones de turismo.</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
			<b>(USD)</b>	<b>(USD)</b>
Pago personal técnico	1	Unidad	\$ 200,00	\$ 200,00
Movilización	6	flete	\$ 25,00	\$ 150,00
Impresión de documentación	1	global	\$ 50,00	\$ 50,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 400,00
<b>2.3 Legalización de la asociación ante las autoridades competentes.</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
			<b>(USD)</b>	<b>(USD)</b>
Pago personal técnico	1	Unidad	\$ 500,00	\$ 500,00
Movilización	2	flete	\$ 25,00	\$ 50,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 550,00
<b>COSTO TOTAL POR PROYECTO</b>				\$ 1.410,00

**c. Programa para el desarrollo de la parroquia como un destino turístico.**

**1) Descripción**

El programa para el desarrollo de la parroquia como un destino turístico, basa su accionar en cuatro ejes de trabajo, el primero busca dotar facilidades turísticas en la parroquia tales como centros de información, centros de interpretación, senderos turísticos, etc. para fomentar el desarrollo del turismo en Cañi, como

segundo eje de trabajo se define el desarrollo de un centro turístico en el sector de la playa de Silapala el cual servirá para ofertar servicios turísticos en la parroquia, también se trabajará en la estructuración de un producto turístico para ofertar a la parroquia de una forma integral, por último el programa buscará realizar una adecuada difusión y promoción de la parroquia Cañi de manera que se pueda captar la mayor cantidad de visitantes a la parroquia. El programa está dirigido exclusivamente a las personas que decidan incursionar en la actividad turística de manera directa ya sea como prestador de servicios turísticos, guías o como personal de apoyo en el gobierno parroquial.

## **2) Objetivos**

- Dotar facilidades turísticas en la parroquia Cañi.
- Incentivar emprendimientos turísticos privados dirigidos a la prestación de servicios turísticos en Cañi.
- Desarrollar al sector de la playa de Silapala como un centro turístico en Cañi.
- Estructurar un producto turístico de manera que se pueda ofertar de manera integral a la parroquia Cañi.
- Realizar una adecuada difusión y promoción de la parroquia Cañi.

## **3) Identificación de proyectos**

- Proyecto para la dotación de facilidades turísticas en la parroquia Cañi.
- Proyecto de implementación de un centro turístico en la playa de Silapala.
- Proyecto para la estructuración de un producto turístico integral de la parroquia Cañi.
- Proyecto de difusión y promoción de la parroquia Cañi.

#### 4) Marco lógico

Cuadro 67. Marco lógico del programa 3

JERARQUÍA DE OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS						
<p><b>FIN</b></p> <p>Contribuir al conocimiento del potencial turístico que posee la parroquia Cañi para un adecuado aprovechamiento del mismo.</p>	<p>El 20% de las familias de la parroquia Cañi sustente su economía en la actividad turística.</p>	<p>Encuestas, Estadísticas económicas de la parroquia, registro de visitantes, RUC's de las familias.</p>	<p>Las instituciones públicas, privadas y ONG's brindan el apoyo necesario para lograr el desarrollo sostenible de la actividad turística de la parroquia.</p>						
<p><b>PROPÓSITO</b></p> <p>Implementar un programa para el desarrollo de la parroquia como un destino turístico.</p>	<p>La parroquia Cañi se oferta en el mercado como un destino turístico integral.</p>	<p>Fotografías, memorias técnicas.</p>	<p>Los niveles de gobierno superiores apoyarán con difusión para el posicionamiento de la parroquia.</p>						
<p><b>COMPONENTES</b></p> <p>1. Proyecto para la dotación de facilidades turísticas en la parroquia Cañi.</p>	<p>Se implementará un centro de interpretación ambiental y se habilitará senderos turístico como se detalla en la tabla que sigue:</p> <table border="1" data-bbox="521 1528 802 1654"> <thead> <tr> <th>Km de senderos turísticos habilitados</th> <th>Año 2</th> <th>Año 3</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>15</td> <td>15</td> </tr> </tbody> </table>	Km de senderos turísticos habilitados	Año 2	Año 3		15	15	<p>Informe de fiscalización, fotografías, memorias técnicas.</p>	<p>El Ministerio de Turismo facilitará el financiamiento para la ejecución del proyecto.</p>
Km de senderos turísticos habilitados	Año 2	Año 3							
	15	15							
<p>2. Proyecto de implementación de un centro turístico en la playa de Silapala.</p>	<p>Se implementará una infraestructura en la sitio encaminada a la</p>	<p>Estudios, informe de fiscalización, fotografías.</p>	<p>Instituciones bancarias públicas proveerán del financiamiento para la ejecución</p>						

JERARQUÍA DE OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
<p>3. Proyecto para la estructuración de un producto turístico integral de la parroquia Cañi.</p> <p>4. Proyecto de difusión y promoción de la parroquia Cañi.</p>	<p>oferta de servicios turísticos.</p> <p>Se estructurará un producto turístico integral de la parroquia.</p> <p>Se elaborará una guía turística de la parroquia y material informativo, además asistirá a dos ferias de turismo.</p>	<p>Memoria técnica de diseño del producto turístico.</p> <p>Guía turística, folletos, trípticos, dípticos.</p>	<p>del proyecto.</p> <p>El Gobierno provincial apoyará en el diseño del producto turístico.</p> <p>El gobierno municipal apoyará con la difusión de la parroquia.</p>
<p><b>ACTIVIDADES</b></p> <p>1.1 Elaboración de estudios técnicos para la implementación de un centro de interpretación.</p> <p>1.2 Implementación del centro de interpretación.</p> <p>1.3 Elaboración de estudios de factibilidad para habilitación de senderos turísticos.</p> <p>1.4 Construcción de senderos turísticos en la parroquia.</p>	<p>\$ 2750,00</p> <p>\$ 25000,00</p> <p>\$ 4250,00</p> <p>\$ 93000,00</p>	<p>Órdenes de pago, facturas, vales, contabilidad, certificaciones presupuestarias.</p>	<p>Los recursos económicos necesarios para desarrollar a Cañi como un destino turístico fluyen con normalidad.</p>

JERARQUÍA DE OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
2.1 Elaboración de estudios de factibilidad para la implementación de servicios turísticos en la playa de Silapala.	\$ 4250,00		
2.2 Construcción de infraestructura en la playa de Silapala.	\$ 80500,00		
3.1 Levantamiento de información necesaria para la elaboración de un producto turístico.	\$ 550,00		
3.2 Diseño de un producto turístico para la parroquia.	\$ 1050,00		
4.1 Elaboración de una guía turística y material informativo de la parroquia.	\$ 1050,00		
4.2 Impresión de material turístico informativo de la parroquia.	\$ 6200,00		
4.3 Asistencia de la parroquia a ferias de turismo	\$ 800,00		

## 5) Cronograma

Cuadro 68. Cronograma del programa 3

Proyecto	Actividad/Tarea	AÑO 3				AÑO 4			
		T 1	T 2	T 3	T 4	T 1	T 2	T 3	T 4
1. Proyecto para la dotación de facilidades turísticas en la parroquia Cañi.	1.1 Elaboración de estudios técnicos para la implementación de un centro de interpretación.	x	x						
	1.2 Implementación del centro de interpretación.		x	x					
	1.3 Elaboración de estudios de factibilidad para habilitación de senderos turísticos.	x	x						
	1.4 Construcción de senderos turísticos en la parroquia.		x	x	x				
2. Proyecto de implementación de un centro turístico en la playa de Silapala.	2.1 Elaboración de estudios de factibilidad para la implementación de servicios turísticos en la playa de Silapala.	x	x						
	2.2 Construcción de infraestructura en la playa de Silapala.		x	x					
3. Proyecto para la estructuración de un producto turístico integral de la parroquia Cañi.	3.1 Levantamiento de información necesaria para la elaboración de un producto turístico.				x				
	3.2 Diseño de un producto turístico para la parroquia.				x				
4. Proyecto de difusión y promoción de la parroquia Cañi.	4.1 Elaboración de una guía turística y material informativo de la parroquia.				x				
	4.2 Impresión de material turístico informativo de la parroquia.				x				
	4.3 Asistencia de la parroquia a ferias de turismo				x				x

## 6) Presupuesto

Cuadro 69. Presupuesto para el proyecto 3.1

<b>1. Proyecto para la dotación de facilidades turísticas en la parroquia Cañi.</b>				
<b>1.1 Elaboración de estudios técnicos para la implementación de un centro de interpretación.</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
			<b>(USD)</b>	<b>(USD)</b>
Procesos precontractuales y contractuales	1	Unidad	\$ 200,00	\$ 200,00
Impresión de documentos	1	Global	\$ 50,00	\$ 50,00
Pago estudios	1	Global	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 2.750,00</b>
<b>1.2 Implementación del centro de interpretación.</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
			<b>(USD)</b>	<b>(USD)</b>
Procesos precontractuales y contractuales	1	Unidad	\$ 200,00	\$ 200,00
Impresión de documentos	6	Global	\$ 50,00	\$ 300,00
Costo implementación	1	Unidad	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 25.500,00</b>
<b>1.3 Elaboración de estudios de factibilidad para habilitación de senderos turísticos.</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
			<b>(USD)</b>	<b>(USD)</b>
Procesos precontractuales y contractuales	1	Unidad	\$ 200,00	\$ 200,00
Impresión de documentos	1	Global	\$ 50,00	\$ 50,00
Pago estudios	1	Global	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 4.250,00</b>
<b>1.4 Construcción de senderos turísticos en la parroquia.</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
			<b>(USD)</b>	<b>(USD)</b>
Procesos precontractuales y contractuales	1	Unidad	\$ 200,00	\$ 200,00
Impresión de documentos	6	Global	\$ 50,00	\$ 300,00
Costo implementación	1	Unidad	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 60.500,00</b>
<b>COSTO TOTAL POR PROYECTO</b>				<b>\$ 93.000,00</b>

Cuadro 70. Presupuesto para el proyecto 3.2

<b>2. Proyecto de implementación de un centro turístico en la playa de Silapala.</b>				
<b>2.1 Elaboración de estudios de factibilidad para la implementación de servicios turísticos en la playa de Silapala.</b>				
Rubro	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
			(USD)	(USD)
Procesos precontractuales y contractuales	1	Unidad	\$ 200,00	\$ 200,00
Impresión de documentos	1	Global	\$ 50,00	\$ 50,00
Pago estudios	1	Global	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 4.250,00
<b>2.2 Construcción de infraestructura en la playa de Silapala.</b>				
Rubro	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
			(USD)	(USD)
Procesos precontractuales y contractuales	1	Unidad	\$ 200,00	\$ 200,00
Impresión de documentos	6	Global	\$ 50,00	\$ 300,00
Costo implementación	1	Unidad	\$ 60.000,00	\$ 80.000,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 80.500,00
<b>COSTO TOTAL POR PROYECTO</b>				\$ 84.750,00

Cuadro 71. Presupuesto para el proyecto 3.3

<b>3. Proyecto para la estructuración de un producto turístico integral de la parroquia Cañi.</b>				
<b>3.1 Levantamiento de información necesaria para la elaboración de un producto turístico.</b>				
Rubro	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
			(USD)	(USD)
Pago personal técnico	1	Unidad	\$ 500,00	\$ 500,00
Impresión de documentación	1	global	\$ 50,00	\$ 50,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 550,00
<b>3.2 Diseño de un producto turístico para la parroquia.</b>				
Rubro	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
			(USD)	(USD)
Pago personal técnico	1	Unidad	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Impresión de documentación	1	global	\$ 50,00	\$ 50,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 1.050,00
<b>COSTO TOTAL POR PROYECTO</b>				\$ 1.600,00

Cuadro 72. Presupuesto para el proyecto 3.4

<b>4. Proyecto de difusión y promoción de la parroquia Cañi.</b>				
<b>4.1 Elaboración de una guía turística y material informativo de la parroquia.</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
			<b>(USD)</b>	<b>(USD)</b>
Pago personal técnico	1	Unidad	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Impresión de documentación	1	global	\$ 50,00	\$ 50,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 1.050,00
<b>4.2 Impresión de material turístico informativo de la parroquia.</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
			<b>(USD)</b>	<b>(USD)</b>
Pago personal técnico	1	Unidad	\$ 200,00	\$ 200,00
Impresión de guías y material informativo	1	global	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 6.200,00
<b>4.3 Asistencia de la parroquia a ferias de turismo</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
			<b>(USD)</b>	<b>(USD)</b>
Pago personal técnico	1	Unidad	\$ 200,00	\$ 200,00
Movilización	4	flete	\$ 150,00	\$ 600,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 800,00
<b>COSTO TOTAL POR PROYECTO</b>				\$ 8.050,00

**d. Programa de gestión de patrimonio natural y cultural de la parroquia Cañi.**

**1) Descripción**

El presente programa busca lograr un manejo adecuado del patrimonio natural y cultural de la parroquia con el fin de perpetuar para las futuras generaciones los recursos existentes en la parroquia, esto se logrará a través de la concientización

de la población para la conservación de recursos como flora, fauna y ecosistemas frágiles, además se buscará la recuperación del patrimonio cultural partiendo de un levantamiento minucioso de los bienes culturales tanto materiales como inmateriales para después dar un valor turístico que complemente la oferta turística de Cañi, otro eje de trabajo del presente programa será el manejo adecuado de desechos sólidos con fines ambientales el cual buscará tener una separación de desechos orgánicos e inorgánicos los cuales tendrán tratamientos diferente, los orgánicos servirán para la elaboración de compost y los inorgánicos se reciclarán; por último se implementará un proyecto de reforestación de áreas degradadas las cuales en los últimos años ha aumentado en gran medida.

## **2) Objetivos**

- Conservar la riqueza natural que posee la parroquia Cañi.
- Recuperar el patrimonio cultural de la parroquia Cañi.
- Lograr un adecuado manejo de los desechos sólidos de las comunidades de la parroquia.
- Recuperar zonas que han sido objeto de algún proceso de degradación.

## **3) Identificación de proyectos**

- Proyecto de concientización para el manejo del patrimonio natural de la parroquia Cañi.
- Proyecto para la recuperación del patrimonio cultural que posee la parroquia Cañi.
- Proyecto de reforestación de áreas degradadas en la parroquia Cañi.
- Proyecto de manejo de desechos sólidos con fines de conservación ambiental.

#### 4) Marco lógico

Cuadro 73. Marco lógico del programa 4

JERARQUÍA DE OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
<p><b>FIN</b></p> <p>Contribuir al conocimiento del potencial turístico que posee la parroquia Cañi para un adecuado aprovechamiento del mismo.</p>	<p>El 20% de las familias de la parroquia Cañi sustente su economía en la actividad turística.</p>	<p>Encuestas, Estadísticas económicas de la parroquia, registro de visitantes, RUC's de las familias.</p>	<p>Las instituciones públicas, privadas y ONG's brindan el apoyo necesario para lograr el desarrollo sostenible de la actividad turística de la parroquia.</p>
<p><b>PROPÓSITO</b></p> <p>Implementar un programa de gestión de patrimonio natural y cultural de la parroquia Cañi.</p>	<p>Los recursos naturales de la parroquia se conservan y el patrimonio cultural se recupera.</p>	<p>Fichas de campo, fotos aéreas, fotografías de eventos culturales y ejecución de proyectos.</p>	<p>Instituciones públicas como el MAE o INPC brindaran su contingente para potenciar el presente programa.</p>
<p><b>COMPONENTES</b></p> <p>1. Proyecto de concientización para el manejo del patrimonio natural de la parroquia Cañi.</p> <p>2. Proyecto para la recuperación del patrimonio cultural que posee la parroquia Cañi.</p>	<p>Se realizará 8 talleres participativos para concientizar a la población en cuanto al manejo del patrimonio natural.</p> <p>Se realizará un inventario completo del patrimonio cultural, se realizará dos talleres para socializar dicho inventario.</p>	<p>Registro de participantes, fotografías, memoria técnica del taller.</p> <p>Memoria técnica del inventario, registro de participantes, fotografías.</p>	<p>El Ministerio del Ambiente replicará estas actividades en otros territorios.</p> <p>El INPC definirá los lineamientos técnicos para la realización del inventario.</p>

JERARQUÍA DE OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
3. Proyecto de reforestación de áreas degradadas en la parroquia Cañi.	Se reforestará áreas degradadas con un total de 10000 plantas.	Ficha de campo, registro de plantación, fotografías.	Las instituciones educativas de la parroquia brindaras mano de obra para realizar la reforestación.
4. Proyecto de manejo de desechos sólidos con fines de conservación ambiental	Ocho comunidades de la parroquia separan y manejan adecuadamente los desechos sólidos que producen.	Fotografías, registro de visitas a las comunidades.	Esta iniciativa podría replicarse en otros territorios.
<b>ACTIVIDADES</b>			
1.1 Elaboración del plan de capacitación para el manejo adecuado del patrimonio natural de la parroquia.	\$ 550,00	Órdenes de pago, facturas, vales, contabilidad, certificaciones presupuestarias.	Los recursos económicos necesarios para obtener un manejo adecuado del patrimonio natural y cultural fluyen con normalidad.
1.2 Realización de eventos de capacitación para el manejo adecuado del patrimonio natural de la parroquia	\$ 980,00		
1.3 Monitoreo y seguimiento en el manejo del patrimonio natural.	\$ 650,00		
2.1 Levantamiento del inventario del patrimonio cultural.	\$ 850,00		
2.2 Sistematización del inventario del patrimonio cultural	\$ 800,00		

JERARQUÍA DE OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
de Cañi.			
2.3 Socialización del inventario de la parroquia.	\$ 980,00		
3.1 Definición y organización de las áreas a ser reforestadas.	\$ 675,00		
3.2 Provisión de plántulas.	\$ 5500,00		
3.3 Desarrollo de campañas de reforestación.	\$ 625,00		
3.4 Monitoreo y evaluación de campañas de reforestación.	\$ 1250,00		
4.1 Concientización de la población en manejo de desechos sólidos.	\$ 980,00		
4.2 Provisión de materiales para separación de desechos sólidos.	\$ 11950,00		
4.3 Provisión de materiales para elaboración de compostaje.	\$ 5767,00		
4.4 Seguimiento de las iniciativas implementadas.	\$ 675,00		

## 5) Cronograma

Cuadro 74. Cronograma del programa 4

Proyecto	Actividad/Tarea	AÑO 4				AÑO 5			
		T 1	T 2	T 3	T 4	T 1	T 2	T 3	T 4
1. Proyecto de concientización para el manejo del patrimonio natural de la parroquia Cañi.	1.1 Elaboración del plan de capacitación para el manejo adecuado del patrimonio natural de la parroquia.	x							
	1.2 Realización de eventos de capacitación para el manejo adecuado del patrimonio natural de la parroquia		x						
	1.3 Monitoreo y seguimiento en el manejo del patrimonio natural.		x	x	x				
2. Proyecto para la recuperación del patrimonio cultural que posee la parroquia Cañi.	2.1 Levantamiento del inventario del patrimonio cultural de Cañi.	x							
	2.2 Sistematización del inventario del patrimonio cultural de Cañi.		x						
	2.3 Socialización del inventario de la parroquia.			x					
3. Proyecto de reforestación de áreas degradadas en la parroquia Cañi.	3.1 Definición y organización de las áreas a ser reforestadas.				x				
	3.2 Provisión de plántulas.				x				
	3.3 Desarrollo de campañas de reforestación.				x				
	3.4 Monitoreo y evaluación de campañas de reforestación.				x	x			
4. Proyecto de manejo de desechos sólidos con fines de conservación ambiental	4.1 Concientización de la población en manejo de desechos sólidos.						x		
	4.2 Provisión de materiales para separación de desechos sólidos.						x		
	4.3 Provisión de materiales para elaboración de compostaje.						x		
	4.4 Seguimiento de las iniciativas implementadas.						x	x	x

## 6) Presupuesto

Cuadro 75. Presupuesto para el proyecto 4.1

<b>1. Proyecto de concientización para el manejo del patrimonio natural de la parroquia Cañi.</b>				
<b>1.1 Elaboración del plan de capacitación para el manejo adecuado del patrimonio natural de la parroquia.</b>				
Rubro	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
			(USD)	(USD)
Pago personal técnico	1	Unidad	\$ 500,00	\$ 500,00
Impresión de documentación	1	global	\$ 50,00	\$ 50,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 550,00
<b>1.2 Realización de eventos de capacitación para el manejo adecuado del patrimonio natural de la parroquia</b>				
Rubro	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
			(USD)	(USD)
Pago personal técnico	1	Unidad	\$ 500,00	\$ 500,00
Alimentación para asistentes	80	Refrigerios	\$ 2,00	\$ 160,00
Material informativo para participantes	80	Unidad	\$ 4,00	\$ 320,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 980,00
<b>1.3 Monitoreo y seguimiento en el manejo del patrimonio natural.</b>				
Rubro	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
			(USD)	(USD)
Pago personal técnico	1	Unidad	\$ 500,00	\$ 500,00
Movilización	6	flete	\$ 25,00	\$ 150,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 650,00
<b>COSTO TOTAL POR PROYECTO</b>				\$ 2.180,00

Cuadro 76. Presupuesto para el proyecto 4.2

<b>2. Proyecto para la recuperación del patrimonio cultural que posee la parroquia Cañi.</b>				
<b>2.1 Levantamiento del inventario del patrimonio cultural de Cañi.</b>				
Rubro	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
			(USD)	(USD)
Pago personal técnico	1	Unidad	\$ 800,00	\$ 800,00
Impresión de documentación	1	global	\$ 50,00	\$ 50,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 850,00

<b>2.2 Sistematización del inventario del patrimonio cultural de Cañi.</b>				
Rubro	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
			(USD)	(USD)
Pago personal técnico	1	Unidad	\$ 700,00	\$ 700,00
Impresión de documentación	1	global	\$ 100,00	\$ 100,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 800,00
<b>2.3 Socialización del inventario de la parroquia.</b>				
Rubro	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
			(USD)	(USD)
Pago personal técnico	1	Unidad	\$ 500,00	\$ 500,00
Alimentación para asistentes	80	Refrigerios	\$ 2,00	\$ 160,00
Material informativo para participantes	80	Unidad	\$ 4,00	\$ 320,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 980,00
<b>COSTO TOTAL POR PROYECTO</b>				\$ 2.630,00

Cuadro 77. Presupuesto para el proyecto 4.3

<b>3. Proyecto de reforestación de áreas degradadas en la parroquia Cañi.</b>				
<b>3.1 Definición y organización de las áreas a ser reforestadas.</b>				
Rubro	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
			(USD)	(USD)
Pago personal técnico	1	Global	\$ 500,00	\$ 500,00
Movilización	5	Flete	\$ 25,00	\$ 125,00
Impresión de documentos	1	Global	\$ 50,00	\$ 50,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 675,00
<b>3.2 Provisión de plántulas.</b>				
Rubro	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
			(USD)	(USD)
Plantas	10000	mes	\$ 0,50	\$ 5.000,00
Insumos	1	Global	\$ 500,00	\$ 500,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 5.500,00
<b>3.3 Desarrollo de campañas de reforestación.</b>				
Rubro	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
			(USD)	(USD)
Pago personal técnico	1	Unidad	\$ 500,00	\$ 500,00
Movilización	5	Flete	\$ 25,00	\$ 125,00
mano de obra no calificada	1	unidad	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 625,00

<b>3.4 Monitoreo y evaluación de campañas de reforestación.</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
			<b>(USD)</b>	<b>(USD)</b>
Pago personal técnico	1	Global	\$ 500,00	\$ 500,00
Movilización	5	Flete	\$ 25,00	\$ 125,00
Impresión de documentos	1	Global	\$ 50,00	\$ 625,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 1.250,00
<b>COSTO TOTAL POR PROYECTO</b>				\$ 8.050,00

Cuadro 78. Presupuesto para el proyecto 4.4

<b>4. Proyecto de manejo de desechos sólidos con fines de conservación ambiental</b>				
<b>4.1 Concientización de la población en manejo de desechos sólidos.</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
			<b>(USD)</b>	<b>(USD)</b>
Pago personal técnico	1	Unidad	\$ 500,00	\$ 500,00
Alimentación para asistentes	80	Refrigerios	\$ 2,00	\$ 160,00
Material informativo para participantes	80	Unidad	\$ 4,00	\$ 320,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 980,00
<b>4.2 Provisión de materiales para separación de desechos sólidos.</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
			<b>(USD)</b>	<b>(USD)</b>
Materiales	229	Global	\$ 50,00	\$ 11.450,00
Pago personal técnico	1	Unidad	\$ 500,00	\$ 500,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 11.950,00
<b>4.3 Provisión de materiales para elaboración de compostaje.</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
			<b>(USD)</b>	<b>(USD)</b>
Materiales	229	Unidad	\$ 23,00	\$ 5.267,00
Pago personal técnico	1	Unidad	\$ 500,00	\$ 500,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 5.767,00
<b>4.4 Seguimiento de las iniciativas implementadas.</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
			<b>(USD)</b>	<b>(USD)</b>
Pago personal técnico	1	Global	\$ 500,00	\$ 500,00
Movilización	5	Flete	\$ 25,00	\$ 125,00
Impresión de documentos	1	Global	\$ 50,00	\$ 50,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 675,00
<b>COSTO TOTAL POR PROYECTO</b>				\$ 19.372,00

## 2. Plan de operatividad

Cuadro 79. Plan operativo

PROYECTO	ACTIVIDADES	META	FECHA PREVISTA DE INICIO	FECHA PREVISTA DE FINALIZACIÓN	PROGRAMACIÓN DE METAS POR AÑOS (%)					PROGRAMACIÓN DE INVERSIÓN POR AÑOS					RESPONSABLES							
					I	II	III	I V	V	I	II	III	IV	V								
1. Proyecto de mejoramiento de los servicios básicos de las comunidades de la parroquia.	1.1 Gestionar ante el gobierno municipal el convenio de delegación o gestión concurrente de la competencia de servicios básicos.	Tres comunidades de la parroquia Cañi cuentan con agua de consumo humano y tratamiento de aguas residuales de calidad.	3 de enero 2013	30 de marzo del 2013	30	70															Técnico, Presidente GADPR	
	1.2 Levantamiento de línea base en torno a la prestación de servicios básicos.		1 de abril del 2013	30 de junio del 2013																	\$ 650,00	Técnico, Presidente GADPR
	1.3 Realización de estudios de factibilidad para la implementación de servicios básicos de calidad.		1 de julio del 2013	10 de diciembre del 2103																	\$ 8.550,00	Secretaría, Técnico, Profesional en el área (Ing. Civil)
	1.4 Implementación de proyectos para el mejoramiento de la prestación de servicios básicos de calidad.		15 de diciembre del 2013	30 de junio 2014																	\$ 27.165,00	\$ 63.385,00

PROYECTO	ACTIVIDADES	META	FECHA PREVISTA DE INICIO	FECHA PREVISTA DE FINALIZACIÓN	PROGRAMACIÓN DE METAS POR AÑOS (%)					PROGRAMACIÓN DE INVERSIÓN POR AÑOS					RESPONSABLES																
					I	II	III	IV	V	I	II	III	IV	V																	
2. Proyecto de capacitación para un adecuado manejo de la prestación de servicios básicos.	2.1 Elaboración del plan de capacitación para el manejo adecuado de la prestación de los servicios básicos.	El 100% de las familias de las tres comunidades que acceden a servicios básicos de calidad son capacitados en un adecuado manejo de la prestación de los servicios básicos.	1 de abril del 2014	20 de mayo del 2014	100													Técnico GADPR													
	2.2 Realización de eventos de capacitación para un manejo adecuado de la prestación de servicios básicos.		22 de mayo del 2014	25 de junio del 2014															\$ 550,00												Técnico GADPR
	2.3 Monitoreo y seguimiento de la prestación de los servicios básicos.		27 de junio del 2014	20 de diciembre del 2014															\$ 980,00												
1. Proyecto de estructuración del marco legal del Gobierno parroquial de Cañi para la incursión en el sector turístico.	1.1 Estudio de la situación legal actual del Gobierno Parroquial de Cañi.	Un conjunto de normas legales que el Gobierno Parroquial de Cañi requiere para incursionar en la actividad turística.	10 de abril del 2013	10 de mayo del 2013	100													Técnico GADPR													
	1.2 Elaboración de la propuesta de estatutos, reglamentos y manuales de procedimientos.		15 de mayo del 2013	15 de junio del 2013															\$ 350,00												Técnico GADPR, Jurídico ASOGOPARCH
	1.3 Aprobación de la propuesta por parte de la junta parroquial.		20 de junio del 2013	25 de septiembre del 2013															\$ 1.100,00												

PROYECTO	ACTIVIDADES	META	FECHA PREVISTA DE INICIO	FECHA PREVISTA DE FINALIZACIÓN	PROGRAMACIÓN DE METAS POR AÑOS (%)					PROGRAMACIÓN DE INVERSIÓN POR AÑOS					RESPONSABLES				
					I	II	III	IV	V	I	II	III	IV	V					
2. Proyecto para incentivar la formación de asociaciones turísticas en la parroquia Cañi.	2.1 Desarrollo de eventos de motivación en las comunidades	Una asociación de turismo legalmente constituida en la parroquia	10 de octubre del 2013	10 de noviembre del 2013	100												Técnico, Presidente GADPR		
	2.2 Recopilación de requisitos para la formación de asociaciones de turismo.		15 de noviembre del 2013	10 de diciembre del 2013													\$ 460,00	\$ 400,00	Técnico GADPR
	2.3 Legalización de la asociación ante las autoridades competentes.		12 de diciembre del 2013	30 de marzo del 2014													\$ 550,00	Técnico, Presidente GADPR	
1. Proyecto para la dotación de facilidades turísticas en la parroquia Cañi.	1.1 Elaboración de estudios técnicos para la implementación de un centro de interpretación.	Se implementa un centro de interpretación y se habilita 30 Km de senderos turísticos que conducen a los atractivos de mayor importancia de la parroquia.	5 de enero del 2015	25 de abril del 2015	100												Secretaría, Técnico, Profesional en el área (Ing. Civil)		
	1.2 Implementación del centro de interpretación.		30 de abril del 2015	30 de septiembre del 2015													\$ 2.750,00	\$ 25.500,00	Secretaría, Técnico, Profesional en el área (Ing. Civil)
	1.3 Elaboración de estudios de factibilidad para habilitación de senderos turísticos.		5 de enero del 2015	25 de abril del 2015													\$ 4.250,00	Secretaría, Técnico, Profesional en el área (Ing. Civil)	
	1.4 Construcción de senderos turísticos en la parroquia.		30 de abril del 2015	30 de diciembre del 2015													\$ 60.500,00	Secretaría, Técnico, Profesional en el área (Ing. Civil)	

PROYECTO	ACTIVIDADES	META	FECHA PREVISTA DE INICIO	FECHA PREVISTA DE FINALIZACIÓN	PROGRAMACIÓN DE METAS POR AÑOS (%)					PROGRAMACIÓN DE INVERSIÓN POR AÑOS					RESPONSABLES		
					I	II	III	IV	V	I	II	III	IV	V			
2. Proyecto de implementación de un centro turístico en la playa de Silapala.	2.1 Elaboración de estudios de factibilidad para la implementación de servicios turísticos en la playa de Silapala.	Se implementará una infraestructura en la playa de Silapala encaminada a la oferta de servicios turísticos.	5 de enero del 2015	25 de abril del 2015			100					\$ 4.250,00			Secretaria, Técnico, Profesional en el área (Ing. Civil)		
	2.2 Construcción de infraestructura en la playa de Silapala.		30 de abril del 2015	30 de septiembre del 2015									\$ 80.500,00			Secretaria, Técnico, Profesional en el área (Ing. Civil)	
3. Proyecto para la estructuración de un producto turístico integral de la parroquia Cañi.	3.1 Levantamiento de información necesaria para la elaboración de un producto turístico.	Se estructurará un producto turístico integral de la parroquia.	10 de octubre del 2015	10 de noviembre del 2015			100					\$ 550,00			Técnico GADPR		
	3.2 Diseño de un producto turístico para la parroquia.		15 de noviembre del 2015	30 de diciembre del 2015									\$ 1.050,00			Técnico GADPR	
4. Proyecto de difusión y promoción de la parroquia Cañi.	4.1 Elaboración de una guía turística y material informativo de la parroquia.	Se elaborará una guía turística y material informativo, además la parroquia asistirá a dos ferias de turismo.	10 de octubre del 2015	10 de noviembre del 2015			80	20				\$ 1.050,00			Técnico, Profesional en el área (Diseñador gráfico)		
	4.2 Impresión de material turístico informativo de la parroquia.		15 de noviembre del 2015	30 de diciembre del 2015										\$ 6.200,00			Técnico, Secretaria, Presidente GADPR
	4.3 Asistencia de la parroquia a ferias de turismo		5 de octubre del 2015	15 de octubre del 2016										\$ 400,00	\$ 400,00		Miembros del GADPR

PROYECTO	ACTIVIDADES	META	FECHA PREVISTA DE INICIO	FECHA PREVISTA DE FINALIZACION	PROGRAMACIÓN DE METAS POR AÑOS (%)					PROGRAMACIÓN DE INVERSIÓN POR AÑOS					RESPONSABLES	
					I	II	III	IV	V	I	II	III	IV	V		
1. Proyecto de concientización para el manejo del patrimonio natural de la parroquia Cañi.	1.1 Elaboración del plan de capacitación para el manejo adecuado del patrimonio natural de la parroquia.	Se realizara 8 talleres participativos para concientizar a la población en cuanto al manejo del patrimonio natural.	20 de enero del 2016	10 de marzo del 2016									\$ 550,00		Técnico GADPR	
	1.2 Realización de eventos de capacitación para el manejo adecuado del patrimonio natural de la parroquia		5 de abril del 2016	30 de junio del 2016										\$ 980,00		Técnico GADPR
	1.3 Monitoreo y seguimiento en el manejo del patrimonio natural.		5 de julio del 2016	30 de diciembre del 2016										\$ 650,00		Técnico GADPR
2. Proyecto para la recuperación del patrimonio cultural que posee la parroquia Cañi.	2.1 Levantamiento del inventario del patrimonio cultural de Cañi.	Se realizará un inventario completo acerca del patrimonio cultural de la parroquia, además se realizará dos talleres para socializar dicho inventario.	10 de enero del 2016	30 de marzo del 2016									\$ 850,00		Técnico, Profesional en el área (Sociólogo)	
	2.2 Sistematización del inventario del patrimonio cultural de Cañi.		5 de abril del 2016	30 de mayo del 2016										\$ 800,00		Técnico, Profesional en el área (Sociólogo)
	2.3 Socialización del inventario de la parroquia.		5 de julio del 2016	30 de septiembre del 2016										\$ 980,00		Técnico, Profesional en el área (Sociólogo)

PROYECTO	ACTIVIDADES	META	FECHA PREVISTA DE INICIO	FECHA PREVISTA DE FINALIZACIÓN	PROGRAMACIÓN DE METAS POR AÑOS (%)					PROGRAMACIÓN DE INVERSIÓN POR AÑOS					RESPONSABLES
					I	II	III	IV	V	I	II	III	IV	V	
3. Proyecto de reforestación de áreas degradadas en la parroquia Cañi.	3.1 Definición y organización de las áreas a ser reforestadas.	Se reforestará áreas degradadas con un total de 10000 plantas.	5 de octubre del 2016	25 de octubre del 2016								\$ 675,00		Técnico, Presidente GADPR	
	3.2 Provisión de plántulas.		30 de octubre del 2016	10 de noviembre del 2016									\$ 5.500,00		Técnico, Presidente GADPR
	3.3 Desarrollo de campañas de reforestación.		12 de noviembre del 2016	20 de diciembre del 2016				80	20				\$ 625,00		Miembros del GADPR
	3.4 Monitoreo y evaluación de campañas de reforestación.		25 de diciembre del 2016	30 de marzo del 2017									\$ 1.000,00	\$ 250,00	Técnico, Presidente GADPR
4. Proyecto de manejo de desechos sólidos con fines de conservación ambiental	4.1 Concientización de la población en manejo de desechos sólidos.	Ocho comunidades de la parroquia separan y manejan adecuadamente los desechos sólidos que producen.	5 de abril del 2017	30 de abril del 2017									\$ 980,00	Técnico, Presidente GADPR	
	4.2 Provisión de materiales para separación de desechos sólidos.		5 de mayo del 2017	15 de mayo del 2017									\$ 11.950,00	Técnico, Secretaria, Presidente GADPR	
	4.3 Provisión de materiales para elaboración de compostaje.		17 de mayo del 2017	25 de mayo del 2017					100				\$ 5.767,00	Técnico, Secretaria, Presidente GADPR	
	4.4 Seguimiento de las iniciativas implementadas.		30 de mayo del 2017	30 de diciembre del 2017									\$ 675,00	Técnico, Presidente GADPR	

## **VI. CONCLUSIONES**

- A. Los principales factores que dificultan el desarrollo turístico de la parroquia Cañi son la carencia de servicios básicos y la ausencia de una vía de primer orden hacia las ciudades principales que se han consolidado como sitios de comercialización turística.
- B. La principal actividad económica que realiza la población caneña es la producción agropecuaria, la cual se la podría articular activamente a la actividad turística, tomando en cuenta modalidades de turismo agroecológico o cultural.
- C. Cañi cuenta con atractivos turísticos en su mayoría de jerarquía I, el cual no es producto de la falta de belleza escénica o por la capacidad de generar expectativa, sino porque los mismos no se han complementado con facilidades y servicios turísticos de calidad.
- D. Del estudio de la demanda realizado se pudo definir que la gran mayoría de turistas nacionales y extranjeros, no conocen la parroquia Cañi, por lo cual se deberá realizar un proceso de difusión agresivo para poder posicionar a la parroquia en el ámbito nacional.
- E. Un factor clave de éxito para la dinamización de la actividad turística en Cañi es el estado de conservación de los atractivos naturales, lo que permitirá tener una materia prima de calidad para incursionar en la actividad turística.
- F. En el plan se han identificado 4 programas que aportan al mejoramiento de los servicios básicos; desarrollo a la parroquia como un destino turístico, a la estructuración del marco legal necesario para la incursión de la parroquia en la actividad turística; y al manejo adecuado del patrimonio natural y cultural.
- G. Para la operatividad del plan será necesario el comprometimiento de la población, la decisión política del Gobierno Parroquial de Cañi, y por otro lado el apoyo económico de las entidades públicas, privadas y/u ONG's.

## **VII. RECOMENDACIONES**

- A. Incursionar en la actividad turística de una manera participativa que involucre a todos los actores que directa o indirectamente se relacionen con la dinámica del turismo; de esta forma se obtendrán mejores resultados para que la población caneña eleve el nivel de calidad de vida.
- B. Buscar instituciones financieras como el Banco del Estado, Banco de Fomento, Corporación Financiera Nacional, entre otras para captar créditos y de esta forma lograr la ejecución de los programas y proyectos planteados ya que los mismos necesitarán de una gran inversión para su implementación.
- C. Lograr una adecuada articulación de todas las instituciones que directa o indirectamente actúan en la actividad turística de tal manera que se logre una sinergia de esfuerzos y alcanzar así los mejores resultados posibles.
- D. Formar nuevos tejidos sociales que estén comprometidos con el adelanto de la parroquia, los cuales serán las organizaciones base que llevaran a cabo el proceso de desarrollo de la actividad turística.
- E. Socializar y aprobar el Plan de desarrollo turístico de la parroquia Cañi, el cual orientará el desarrollo sostenible del turismo en la parroquia.
- F. Ejecutar todos los planes, programas y proyectos que se realicen en la parroquia Cañi y que no queden solo como documentos escritos reposando en la biblioteca de la parroquia, cantón o provincia.

## **VIII. RESUMEN**

La presente investigación propone: Elaborar el plan de desarrollo turístico para la parroquia Cañi, cantón Colta, Provincia de Chimborazo, la investigación partió de la validación del diagnóstico situacional del potencial turístico de la parroquia, donde se socializó y complementó, a través de talleres participativos y recorridos de campo en cada una de las comunidades de Cañi, la información referente al ámbito social, ambiental, económico, y productivo; se realizó el inventario de atractivos turísticos naturales y culturales por último para complementar una línea base adecuada se realizó un estudio de mercado mediante la aplicación de encuestas a turistas nacionales y extranjeros. La planeación filosófica de igual manera se la realizó a través de talleres participativos donde se priorizó los nudos críticos y factores clave de éxito que inciden en el desarrollo de la actividad turística, además se definió la misión, visión y valores de la parroquia, la formulación estratégica partió del análisis FODA realizado y determinó los objetivos estratégicos, políticas y estrategias para lograr una evolución favorable en el desarrollo del turismo de la parroquia; la planeación operativa propone cuatro programas y doce proyectos los cuales orientan el desarrollo de la actividad turística, las actividades propuestas en el plan contrarrestan los factores negativos que impiden el desarrollo turístico y también consolidan aquellos aspectos que se constituyen en factores clave de éxito. Se determinó que esta parroquia cuenta con el potencial turístico necesario para incursionar en la actividad turística de una manera sostenible, con miras a incrementar el nivel de ingresos económicos de las familias de la parroquia.

## **VIII. SUMMARY**

This research aims to: Develop the tourism development plan for the parish Cañi Region Colta, Chimborazo Province, the research derives from the validation of the situational tourism potential of the parish, where socialized and supplemented through participatory workshops and field trips in each of the communities Cañi, the information on the social, environmental, economic and productive, we conducted a market research surveys by applying domestic and foreign tourists. The planning was equally philosophical performed using the participatory workshops where prioritized the critical and key success factors that influence the development of tourism, and defined the mission, vision and values of the parish, the formulation departed strategic SWOT analysis conducted and identified strategic objectives, policies and strategies to achieve a favorable outcome in the development of tourism in the parish, operational planning programs and proposes four twelve projects which guide the development of tourism, activities proposed in the plan outweigh the negative factors that hinder the development of tourism and also strengthen those aspects that constitute key success factors. It was determined that this parish has tourism potential need to venture into the tourism in a sustainable manner, in order to increase the income level of the families of the parish.

## **IX. BIBLIOGRAFÍA**

1. Alonso, Marisol. 2006. Marketing social corporativo. Citado en [www.eumed.net/libros/2006a/mav](http://www.eumed.net/libros/2006a/mav)
2. Arboleda, G. 1998. Proyectos Formulación, Evaluación y Control. Colombia.
3. BACA, G., 2001. "Evaluación de proyectos", cuarta edición, México.
4. CLIMAS DEL ECUADOR. 2011. Citado en [www.utpl.edu.ec/eva](http://www.utpl.edu.ec/eva)
5. Drumm, Andy. 2002. Introducción a la Planificación del Ecoturismo Volumen I
6. The Nature Conservancy. Virginia-Estados Unidos
7. García Villa, Adolfo.1984. Planificación y evaluación del turismo. Limusa. México.
8. Gascón, J. & Cañada, E. 2005. Viajar a todo tren: Turismo, Desarrollo y Sostenibilidad. Icaria. Barcelona-España.
9. GUADALUPE. A. 2009. Estudio de factibilidad de programas piloto para desarrollar iniciativas de turismo cultural comunitario en las comunidades de Inguisay y Totoras –Zula.
10. Hall, C. Michael. 2001. Planeamiento turístico: políticas, procesos y relacionamientos. Sao Paulo- Brasil.
11. Hernández, Edgar. 1992. Planificación turística. Trillas. México.
12. Hernández, Edgar. 1997. Proyectos Turísticos. Formulación y evaluación. Trillas. México.
13. INAMHI (Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología, EC). 2003. Guía Didáctica: Cuencas Hidrográficas, Quito, Ecuador.
14. INFOMIPYME, 2001. FODA. Citado en: [www.infomipyme.com/Docs](http://www.infomipyme.com/Docs)
15. Kotler Philip. 2004. El Marketing de Servicios Profesionales. Ediciones Paidós Ibérica S.A. España.
16. Koch, Josefina. 2009, Manual del Empresario Exitoso. citado en: [www.esmas.com](http://www.esmas.com)
17. Malhotra K. Naresh. 1997. Investigación de Mercados Un Enfoque Practico. Prentice-Hall Hispanoamericana.

18. MINISTERIO DE TURISMO. 2004. Metodología para Inventario de Atractivos Turísticos, Gerencia Nacional de Recursos Turísticos.
19. MINISTERIO DE TURISMO. 2010. Catastro de servidores turísticos de la provincia de Chimborazo y Bolívar.
20. Randall Geoffrey. 2003. Principios de Marketing. Thomson Editores Sapin. USA.
21. Ordaz Zubia y Saldaña García. 2006. Análisis y crítica de la metodología para la realización de planes regionales en el estado de Guanajuato. Citado en [www.monografias.com](http://www.monografias.com)
22. Sierra. Rodrigo. 1999. Clasificación ecológica del Ecuador.
23. TIERRA. P. TEXTO BÁSICO DE PLANIFICACIÓN TERRITORIAL.
24. ZielOrientierte ProjektPlanung. 2010. Planificación de Proyectos orientada a Objetivos. Citado en [www.jjponline.com/marcologico](http://www.jjponline.com/marcologico)

## X. ANEXOS

### ANEXO 1: Modelo de Ficha para el Levantamiento de Información de Atractivos Naturales y Culturales

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b>	<b>1.2 Ficha N°</b>
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b>	<b>1.4 Fecha:</b>
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b>	
<b>1.6 Categoría:</b>	
<b>1.7 Tipo:</b>	
<b>1.8 Subtipo:</b>	
Fotografía No.	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b>	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b>
<b>2.3 Parroquia:</b>	
<b>2.4 Latitud:</b>	<b>2.5 Longitud:</b>
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	

<b>3.1 Nombre del poblado:</b> <b>3.2 Distancia:</b>
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>
<b>4.1 Altitud:</b>
<b>4.2 Temperatura:</b>
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b>
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b>
<b>4.5 Descripción del atractivo</b>
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>
<b>4.8 Usos</b>
<b>4.8.1 Usos Actuales</b>
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b>



<b>9.3 Alcantarillado:</b>		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b>		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco b) Valor extrínseco c) Entorno d) Estado de Conservación y/o Organización	
APOYO	a) Acceso b) Servicios c) Asociación con otros atractivos	
SIGNIFICADO	a) Local b) Provincial c) Nacional d) Internacional	
TOTAL		
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		

**ANEXO 2: Catastro de prestadores de servicio turísticos de la ciudad de Riobamba**

**Agencias de Viaje y Operadoras Turísticas en la ciudad de Riobamba**

<b>AGENCIAS DE VIAJES</b>		
<b>RAZON SOCIAL</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CATEGORIA</b>
CARLOS COLCHA CIA LTDA	Daniel León Borja y C. Zambrano	Internacional
CENTER TRAVEL	Primera Constituyente 29-47	Dualidad
CHIMBORAZO TRAVEL	España s/n y Orozco	Internacional
DELGADO TRAVEL	10 de Agosto y Larrea	Internacional
DIAMANTE TOURS	García Moreno y Veloz esq.	Internacional
FAVY TOUR	AV. De La Prensa y Princesa Toa	Dualidad
FRAMZTOURING ECUADOR	Guayaquil 28-72 Carabobo	Dualidad
INCAÑAN ECOTOURISM	Brasil 22-28 y Luis A. Falconi	Dualidad
INTIEXPRESS	1° Constituyente y Lavalle	Dualidad
JAKUNAMATATA	Juan de Lavalle y Orozco	Dualidad
MAJESTOURING	10 de Agosto y Carabobo	Internacional
MARTHA MENDOZA	Guayaquil 20-66 y España	Internacional
MERIDIAN TRAVESI	Primera Constituyente 29-47	Dualidad
METROPOLITAN TOURING	Lavalle s/n y Av. Daniel L. Borja	Dualidad
MUNDODESTINOS	Daniel León Borja 40-26 y C.Z.	Internacional
NARIZ DEL DIABLO	5de Junio 24-38 y Orozco	Dualidad
NEPTUNO TOURS	Primera Constituyente 25-70 y GM.	Dualidad
NEVADOS TUR	D. León Borja y Carlos	Internacional

**AGENCIAS DE VIAJES**

<b>RAZON SOCIAL</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CATEGORIA</b>
	Zambrano	
PIER TOURS	10 de Agosto y España	Internacional
PURUHA RAZURKU	Av. Sesquicentenario No. 6 M.A.J.	Dualidad
RAMATRAVEL	Daniel León Borja y Duchicela	Dualidad
RIO TUR TRAVEL	Veloz 28-35 y Magdalena Dávalos	Internacional
SUSTAIN TOURS	Daniel León Borja 36-30 y Uruguay	Dualidad
ANDESSPIRIT	Duchicela 14-46 y Esmeraldas	Operadora
ALTA MONTAÑA	Av. Daniel León Borja y Uruguay	Operadora
ALTAR CLIMBING	Chimborazo 24-11 y Larrea	Operadora
CACHA ALLISAMAY	Barrio Comunidad Machángara	Operadora
CHIMBORAZO BEAUTY	Agosto Torres Solís Mz. J Casa 1	Operadora
CICLO TOUR	1era Constituyente y Larrea	Operadora
CIRCULO TOURS	Veloz 37-35 y Brasil	Operadora
ENBOGA TOURS	Primera Constituyente y M.A. León	Operadora
EXPEDICIONES ANDINAS	Vía Guano Km 3 Sector las Abras	Operadora
KEFREN TRAVEL	Av. Lizarzaburu y Saint A. Monstr	Operadora
JULIO VERNE	El Espectador y Av. D. León Borja	Operadora

<b>AGENCIAS DE VIAJES</b>		
<b>RAZON SOCIAL</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CATEGORIA</b>
RUMBO TRAVEL	Daniel León Borja y Av. La Prensa	Operadora
SOUL TRAIN	Carabobo 22-35 y 10 de Agosto	Operadora
TURISTARAPUYA	1° Constituyente y J. Chiriboga	Operadora
VELOZ CORONADO EXPEDICIONES	Chile y Francia	Operadora

**Fuente:** Catastro MINTUR, 2010

#### **Establecimientos que ofertan alojamiento en la ciudad de Riobamba**

<b>ALOJAMIENTO</b>		
<b>RAZON SOCIAL</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CATEGORIA</b>
<b>Hostal</b>		
<i>CAMINO REAL</i>	Av. La Prensa y A. Dávalos	Primera
CANADA	Av. La Prensa 23-31 y D. León Borja	Primera
LA COLINA DE RIO	11 de Noviembre y Ricardo Descalzi	Primera
MANSION SANTA ISABELA	Veloz 28-48 y Magdalena Dávalos	Primera
MONTECARLO	10 de Agosto 25-41 y García Moreno	Primera
RINCON ALEMAN	Remigio Romero M .H. Cs. 9 Arupos	Primera
RIOROMA SUITES	Cdla. Sultana de los Andes	Primera
LAS ACACIAS	Rio Palora 3 y Santiago	Segunda
LA ESTACION	Av. Unidad Nacional 29-15 y Carabobo	Segunda

<b>ALOJAMIENTO</b>		
<b>RAZON SOCIAL</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CATEGORIA</b>
MAJESTIC	Av. Daniel León Borja 43-60 y La 44	Segunda
MASHANY	Veloz 4173y Diego Donoso	Segunda
ROYALTY	Av. Lizarzaburu 51-84 y St. Amand M.	Segunda
SUSY	Av. Atahualpa s/n y Calpi	Segunda
TREN DORADO	Carabobo 22-35 y 10 de Agosto	Segunda
WHYMPER	Miguel Ángel León y 1° Constituyente	Segunda
FLORIDA	Espejo # 70 y Calle Dos.	Tercera
INTI QUISHA	Espejo 33-66 y Av. Cordovez	Tercera
KATAZHO	Venezuela 37-19 y Brasil	Tercera
MANANTIAL	Carabobo 18-50 y Villarroel	Tercera
LAS PALMAS	Eplicachima 19-40 y Rey Cacha	Tercera
REY DE LOS ANDES	Av. Lizarzaburu 6 y Camilo Egas	Tercera
SAN GABRIEL	Cordovez 33-68 y Espejo	Tercera
SAN VALENTIN	Circunvalación 26-30 y García Moreno	Tercera
SHALOM	Daniel León Borja 35-48 y Uruguay	Tercera
SEGOVIA	1era.Constituyente 22-28 y Espejo	Tercera
<b>Hostal Residencia</b>		
LOS ALAMOS	Saint Amand Montrond y Lizarzaburu	Segunda
INTI RAYMI	Uruguay 26-41 y Junín	Segunda
IMPERIAL	Rocafuerte 22-75 y 10 de Agosto	Segunda
ROCIO	Brasil 21-68 y Ave Daniel León Borja	Segunda
SHIRIS LOS	Rocafuerte 21-60 y 10 de Agosto	Segunda
TORRE AZUL	Av. Circunvalación, Parque Industrial	Segunda

<b>ALOJAMIENTO</b>		
<b>RAZON SOCIAL</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CATEGORIA</b>
BOLÍVAR	Carabobo 21-26 y Guayaquil	Tercera
BRIS SANCHEZ	Eplicachima 19-60 y Huayna Palcon	Tercera
CIUDAD DE RIO	Eplicachima 18-80 y Rey Cacha	Tercera
CONQUISTADOR EL	Lavalle 20-62 y Unidad Nacional	Tercera
COLINA DEL SUR	Antofagasta 14 y San Juan	Tercera
COLONIA DEL SUR	Carabobo 21-62 y 10 de Agosto	Tercera
DANUVIO	Epiclachima 18-06 y Princesa Toa	Tercera
GIRASOLES LOS	Bolívar Bonilla s/n y Bagtad	Tercera
GUAYAQUIL	Juan Montalvo y Unidad Nacional	Tercera
LATINOS	Barrio San Martin de Veranillo, via B.	Tercera
LIBERTY	Av. De Los Héroes 33-27 y Francia	Tercera
METROPOLITANO	Av. Daniel León Borja y Lavalle	Tercera
MONTERREY	Rey Cacha 44-59 y Eplicachima	Tercera
MORELIA	Unidad Nacional 32-28	Tercera
NEVADOS LOS	Luis Costales 24-37 y Av. Daniel L. Borja	Tercera
NUEVA VENECIA	Rocafuerte 21-51 y 10 de Agosto	Tercera
PUERTAS DEL SOL	Cordovez 22-30 y Espejo	Tercera
SARAGURO	Av. De la Prensa 21 y Santos Leopoldo	Tercera
SAN CARLOS	Eplicachima 20-76 y Ave. D L B	Tercera
<b>Hostería</b>		
ABRAS PUNGO	Vía Guano Km 3 Sector las Abras	Primera
BAMBU	Pedro Vicente Maldonado Km. 2	Primera
HOSTROJE	Km. 4 y medio, vía a Chambo	Primera
TORIL EL	Vía a Baños Km 1	Primera
ROSASPAMBA	Sector Rosaspamba, Lote 3	Primera

<b>ALOJAMIENTO</b>		
<b>RAZON SOCIAL</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CATEGORIA</b>
	Quisintol	
ROSA DE HOLANDA LA	Barrio Rosas Pamba, vía a Chambo	Segunda
<b>Hotel</b>		
<i>SAN PEDRO DE RIOBAMBA</i>	Av. Daniel León Borja 29-50	Lujo
CHIMBORAZO INT.	Los Nogales y Argentinos	Primera
CLUB HOTEL ZEUS	Daniel León Borja 41-29 y Duchicela	Primera
CISNE EL	Av. Daniel León Borja y Duchicela	Primera
EL MOLINO	Duchicela 42-13y Unidad nacional	Primera
EL GALPON	Argentinos y Carlos Zambrano	Primera
EL MARQUEZ DE RIO	Av. Lizarzaburu s/n y Coangos	Primera
MANABI	Colón 19-58 y Olmedo	Segunda
LIBERTADOR EL	Daniel León Borja 29-22 y Carabobo	Segunda
RIOBAMBA INN	Carabobo 23-20 y Primera Constituyente	Segunda
GLAMOUR	Primera Constituyente 37-85 y C. Z.	Tercera
LAS PEÑAS	Av. Leopoldo Freire y Circunvalación	Tercera
REAL MADRID	Veloz 39-42 y Carlos Zambrano	Tercera
<b>Pensión</b>		
MONTES DE LA CRUZ	Gonzalo Dávalos 37-93 y Teniente Latus	Primera
BUENOS AIRES	Panamericana Norte. Los Prados	Segunda
LA GIRALDA	Tnte. Latus 25-08 y Orozco	Tercera
LOS GIRASOLES 2	Circunvalación s/n y Rocafuerte	Tercera
PRADERA	Ave. Los Héroes y Gonzalo Dávalos	Tercera

<b>ALOJAMIENTO</b>		
<b>RAZON SOCIAL</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CATEGORIA</b>
RINCON DE CASTILLA	Pasaje El Espectador y Ave. D L B	Tercera
VENECIA	Magdalena Dávalos 20-11 y 10 de Agosto	Tercera
<b>Albergue</b>		
COZY HOUSE	Teófilo Saenz y Alfredo Gallegos	Primera
OASIS	Veloz 15-32 y Almagro	Segunda
<b>Apart hotel</b>		
HUMBOLDT	L a Prensa 11 y Agustín Dávalos	Tercera

**Fuente:** Catastro MINTUR, 2010

**Establecimientos que ofertan servicios de recreación y diversión en la ciudad de Riobamba**

<b>RECREACION Y DIVERSION</b>		
<b>RAZÓN SOCIAL</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CATEGORÍA</b>
<b>Bar</b>		
ROMEO Y JULIETA	1° constituyente 12-53 y Joaquín Chiriboga	Segunda
COCKTAIL	Uruguay 22-42 y Veloz	Segunda
ENGLISH PUB	Ave. Daniel I B y Pasaje Espectador	Segunda
BLACK & WHITE II	Veloz 39-38 y Carlos Zambrano	Segunda
ROYAL CLUB	Veloz y Carlos Zambrano	Segunda
SAN VALENTIN CLUB	Ave. D L B y Vargas Torres	Segunda
AKA BAR	Daniel León Borja 31-40 y Vargas Torres	Tercera
AL DIABLO BAR	Miguel A. León 22-36 y 1° Constituyente	Tercera
AQUELLOS AÑOS BAR	Los Álamos 2, Leopoldo Ormaza	Tercera

<b>RECREACION Y DIVERSION</b>		
<b>RAZÓN SOCIAL</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CATEGORÍA</b>
LA BARCA	Velasco 20-45 y Guayaquil	Tercera
BOULEVARD 353	Daniel León Borja 35-15 y Di. Ibarra	Tercera
CASA VIEJA LA	Daniel León Borja y Psje. El Espectador	Tercera
CLASSIC BAR	Av. D. León Borja y Psje. Municipal	Tercera
COLOSO RESTO BAR	Colon 23-43 y Veloz	Tercera
COPACABANA	10 de Agosto 12-73 y Joaquín Chiriboga	Tercera
EL RINCON DEL MARIACHI	11 DE Noiembre29-31 y Carabobo	Tercera
ESTRELLA DEL SUR	Celso A. Rodríguez O9-50 y Puruhá	Tercera
FAVI KARAOKE BAR	10 de Agosto O9-15 y Eloy Alfaro	Tercera
GENS CHOP	Av. Daniel León Borja 21-33 y Duchicela	Tercera
GREEN WORLD	Chile 28-36 y Juan Montalvo	Tercera
HAPPY HAPPY	Veloz 35-27 y Uruguay	Tercera
KARAOKE AMIGO MIO	Primera Constituyente y Cuba	Tercera
BLACK & WHITE	Olmedo 18-35 y Velazco	Tercera
CLUB HABANA	Ave. Gonzalo Dávalos y Carlos Zambrano	Tercera
COPACABANA	10 de Agosto 12-73 y Joaquín Chiriboga	Tercera
MAGICNIGHT KARAOKE	21 de Abril y calle Alausí	Tercera
MÀRMARA	Daniel León Borja 36-56 y Brasil	Tercera
EL MONASTERIO	Orozco 21-32 y 5 de Junio	Tercera
MONT BLANC	Veloz 10-51 y Puruhá	Tercera
NEW CHELO BAR	Cdla. 15 de Noviembre No 9 Mz. B	Tercera

<b>RECREACION Y DIVERSION</b>		
<b>RAZÓN SOCIAL</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CATEGORÍA</b>
KARAOKE		
LA K ZONA	Junín 37-31 y Brasil	Tercera
LIGHTS BAR KARAOKE	Puruhá 21-38 y 10 de Agosto	Tercera
P.K.2	Rocafuerte y Chimborazo	Tercera
POUL DISCO BAR D.J.	Ciudadela del M:O:P. No. 19	Tercera
LA ROKKA	Miguel A. León 33-03 y Veloz	Tercera
ROSA NEGRA	Uruguay 24-48 y Veloz	Tercera
SABAY BAR KARAOKE	Joaquín Chiriboga 22-11 y Guayaquil	Tercera
SARAO BAR	Cuba 32-10 y México	Tercera
SEPTIMO CIELO	10 de Agosto 14-24 y Morona	Tercera
SOLFEO	Atahualpa 20 y Calpi	Tercera
STEFANY	Duchicela 22-55 y D. León Borja	Tercera
TAURO.S	Calle Innominada 21 Cdla. Los tulipanes	Tercera
TENTADERO EL	Av. Daniel León Borja y Miguel A. León	Tercera
VERTIGO	Primera Constituyente 31-21	Tercera
VIKINGOS	Manuel E. Flor 18-22 P. Cori	Tercera
ZONA FUTBOL	Lavalle 22-11 y Daniel León Borja	Tercera

**Fuente:** Catastro MINTUR, 2010

### **Establecimientos que ofertan alimentos y bebidas en la ciudad de Riobamba**

<b>ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>		
<b>RAZÓN SOCIAL</b>	<b>REPRESENTANTE</b>	<b>CATEGORÍA</b>
<b>Cafetería</b>		
FORNACE LA	Daniel León Borja 30-16 y Juan Montalvo	Segunda

<b>ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>		
<b>RAZÓN SOCIAL</b>	<b>REPRESENTANTE</b>	<b>CATEGORÍA</b>
BOM CAFÉ	Pichincha 21-37 y 10 de Agosto	Tercera
VIP EL	Pichincha 22-39 y 1era Constituyente	Tercera
CAFÉ DAVID	1era.Constituyente 21-13 y 5 de Junio	Tercera
COFFE BLUE	Rocafuerte 20-51 y Guayaquil	Tercera
DAVI'S	Veloz 37-74 y Carlos Zambrano	Tercera
ESTRELLA VERDE CAFÉ	Manuel E. Flor 40-85	Tercera
JAMONES LA ANDALUZA	Daniel León Borja s/n y Uruguay	Tercera
JHONNY COFFE	Espejo y Primera Constituyente	Tercera
KAWA LOUNGE	Av. D. León Borja 35-54 y Uruguay	Tercera
PAOLA	Pichincha 13-29 y Olmedo	Tercera
PAULA	Vargas Torres s/n y Veloz	Tercera
QUINTA DORADA	García Moreno y 10 de Agosto	Tercera
SABORES DE ITALIA LOS	Veloz 29-04 y Carabobo	Tercera
VILLA CAFETO	Virgilio Corral 6 y A. Dávalos	Tercera
<b>Fuente de Soda</b>		
LA DOLCE VITA	Veloz 38-83 y Carlos Zambrano	Primera
TUTTO FREEDO	Av. Daniel León Borja y M.A. León	Primera
CEVICHES DE LA RUMIÑAHUI	Diego de Ibarra y Primera Constituyente	Segunda
FABI	10 de Agosto 09-15 y Eloy Alfaro	Segunda
I`FRATELLI 1	Olmedo y Rocafuerte	Segunda
FRATELLI 2	Primera Constituyente y Colón	Segunda
FRUTILANDIA	Av. Daniel L Borja 31-14 y La Valle	Segunda
MONTE BIANCO	Daniel León Borja y Brasil	Segunda
PORTAL EL	Guayaquil 21-48 y Espejo	Segunda
SWEET KISS IGLU	Pichincha s/n y Guayaquil	Segunda

<b>ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>		
<b>RAZÓN SOCIAL</b>	<b>REPRESENTANTE</b>	<b>CATEGORÍA</b>
VIENESA LA	Daniel León Borja y Brasil	Segunda
ALPES LOS	Espejo 21-63 y 10 de Agosto	Tercera
BELLAVISTA BURGUER	Guayaquil 21-10 y Loja	Tercera
BLADO`S	Argentinos 29-53 y Juan Montalvo	Tercera
BURGUER TREN	Unidad Nacional 30-19 y Juan Monta	Tercera
CALIDO Y FRIO	García Moreno 20-30 y Olmedo	Tercera
CARBONERO EL	Juan Montalvo 30-38 y Nueva York	Tercera
CIUDAD BLANCA	Pichincha 21-22 y 10 de Agosto	Tercera
CHEER`S	Eplicachima 18-36 y Princesa Toa	Tercera
COQUE PIZZARIA	Daniel León Borja, Giralda Plaza	Tercera
CRIS CERVANT	10 de Agosto 23-59 y Colón	Tercera
DELICIA LA	Colon 21-39 y 10 de Agosto	Tercera
DON LEE	Carabobo 21-40 y 10 de Agosto	Tercera
DON MEMO	10 de Agosto 935 y Puruhá	Tercera
FLAMINGO	Ave. D L B Y La Prensa	Tercera
FRIO DULCE	Colon 21-11 y Guayaquil	Tercera
FRUTTATO	Daniel León Borja, Giralda Plaza	Tercera
FRUTERIA CIUDAD BLANCA	Daniel León Borja 21-22 y Uruguay	Tercera
HELADO AMERICANO	Daniel León Borja 41-66 y Duchicela	Tercera
HUGO`S	Guayaquil 22-53 y Colon	Tercera
LA RED	Magdalena Dávalos 22-25 y P.C.	Tercera
LEOS	Av. La Prensa Lote 9 y Agustín Dávalos	Tercera
LO NUESTRO	Veloz 39-57 y Carlos Zambrano	Tercera
MAHATAN	Antonio J. de Sucre 25 y F. Rosales	Tercera
MAR Y TIERRA	Ayacucho 27-11 y Pichincha	Tercera

<b>ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>		
<b>RAZÓN SOCIAL</b>	<b>REPRESENTANTE</b>	<b>CATEGORÍA</b>
MEMO	10 de Agosto 10-78 y Cuba	Tercera
PAOLA 2	Las Palmeras Mz. C. Bloque 4	Tercera
PAPATROPOLIS	Miguel Ángel León 22-18	Tercera
PATO JUAN	Colón 20-11 y Olmedo	Tercera
PARIS	Pichincha 24-18 y Veloz	Tercera
PEPE DOG	Daniel León Borja, Giralda Plaza	Tercera
PINN^S	Espejo 21-26 10 de Agosto	Tercera
RANCHO	10 de Agosto 22-11 y Alvarado	Tercera
RONDALIA LA	Velasco 33-37 y Luz Elisa Borja	Tercera
SIN NOMBRE	Leopoldo Freire 07-84 y La Paz	Tercera
SUKIÑO	Eloy Alfaro y 10 de Agosto	Tercera
TEXAS 2	10 de Agosto s/n y Morona	Tercera
TIO BILLY	Daniel León Borja, Giralda Plaza	Tercera
TONY`S	Daniel León Borja y Pasaje Municipal	Tercera
MAXINN	Ave. D L B 22-27 y Duchicela	Tercera
MUNDO RICO	Ave. D L B y Vargas Torres	Tercera
VERDE LIMON	5 de Junio y 10 de Agosto	Tercera

**Fuente:** Catastro MINTUR, 2010

**ANEXO 3: Catastro de prestadores de servicio turísticos de la ciudad de Guaranda**

<b>RAZON SOCIAL</b>	<b>DIRECCION</b>	<b>CATEGORIA</b>
<b>Agencias de Viajes</b>		
<i>BLUE BIRD</i>	9 de abril s/n y Olmedo	Operadora
<b>Alojamiento</b>		
<b>Hostales</b>		
COLINA LA	Ave. Guayaquil 117 y Ave. Rodríguez	Primera
TAMBO LIBERTADOR	Av. Guayaquil, Coloma Román N.	Primera
ESPEJOS LOS	García Moreno s/n y 9 de Mayo	Segunda
BALCON CUENCANO	Sucre s/n y Olmedo	Segunda
BOLÍVAR	Sucre 704 y Olmedo	Segunda
COCHABAMBA	7 de Mayo 519 y García Moreno	Segunda
MARQUEZ	10 de Agosto s/n y Eloy Alfaro	Segunda
GUARANGA	García Moreno 811 y Gral. Enríquez	Tercera
ROSAL EL	García Moreno 824 y Gral. Enríquez	Tercera
SANTA FE	10 de Mayo 804 y 9 de Abril	Tercera
<b>Hostal Residencia</b>		
CASMAR	Pichincha 504 y Olmedo	Tercera
EL EJECUTIVO LA BAHIA	García Moreno 803 y 9 de Abril	Segunda
<b>Pensión</b>		
ACAPULCO	10 de Agosto 806 y 9 de Abril	Tercera
DULCES SUEÑOS	7 de Mayo 812 y Selva Alegre	Tercera
MATIAVI	Elisa Mariño y Circunvalación	Tercera
ROSITA ELVIRA	Sucre 448 y Rocafuerte	Tercera
TEQUENDAMA	Rocafuerte 566 y Jorge García	Tercera
<b>Restaurantes</b>		
AMAZONAS	9 de Abril s/n y Azuay	Segunda

<b>RAZON SOCIAL</b>	<b>DIRECCION</b>	<b>CATEGORIA</b>
LA BOHEMIA	Convención 1884 y 10 de Agosto	Segunda
7 SANTOS	Convención 1884 y 10 de Agosto	Segunda
EL MANA	10 de Agosto 615 y 7 de Mayo	Tercera
CHIFA CHINA	Av. Cándido Rada S7n y Gral. Enríquez	Tercera
CHIFA PEKIN I I	Sucre s/n y Olmedo	Tercera
CHIFA PEKIN	Sucre 907 y García Moreno	Tercera
EL CAMPERO	García Moreno y Gral. Enríquez	Tercera
ESTANCIA LA	García Moreno s/n y Sucre	Tercera
LA CASA DE LA ABUELA	Convención 1884 y Cañizares	Tercera
LA CASA DEL GAUCHO	Azuay 709 y General Enríquez	Tercera
REY BROSTER	Convención 1884 y 10 de Agosto	Tercera
RICO POLLO JUGOSO	Azuay 606y 7 de Mayo	Tercera
RINCON DEL SABOR	Olmedo 510 y Convención 1884	Tercera
SALINERITO EL	SOLIDARIDAD	Tercera
TORTILLA LA	10 de Agosto s/n y Sucre	Tercera
CIGARRA LA	10 de Agosto 618 y 7 de Mayo	Cuarta
MISTER CUY	García Moreno 110 y Eloy Alfaro	Cuarta
RICO POLLO	9 de Abril 622 y Azuay	Cuarta
STEAK PARRILLADA	9 de Abril y Manuela Cañizares	Cuarta
<b>Bar</b>		
TRAPICHE		Tercera
VAQUERO`S	Pichincha s/n y Espejo	Tercera
NO BAR	Azuay y Antigua Colombia	Segunda
<b>Fuentes de soda</b>		
<i>EL CHIRINGUITO</i>	10 de Agosto 921 y Eloy Alfaro	Segunda
MAX BURGUER I	7 de Mayo 425 y 10 de Agosto	Tercera
TACUBA	10 de Agosto y Abril	Tercera

**Fuente:** Catastro MINTUR, 2010

**ANEXO 4: Cuadro para la definición de objetivos estratégicos, políticas y estrategias de los nudos críticos.**

NUDOS CRÍTICOS	OBJETIVOS	POLITICAS	ESTRATEGIAS
Desconocimiento de los atractivos a nivel provincial y nacional.	Posicionar a nivel provincial y nacional los atractivos turísticos naturales y culturales que posee la parroquia Cañi	Implementación de un programa de difusión de atractivos turísticos naturales y culturales de la parroquia Cañi	<ul style="list-style-type: none"> <li>° La parroquia asistirá a eventos de difusión turística como ferias de turismo.</li> <li>° Elaboración de una guía turística de la parroquia Cañi.</li> <li>° Involucramiento de la población cañeña para tomar conciencia del potencial turístico que posee la parroquia.</li> </ul>
Insuficiente cobertura de servicios básicos en general, los sistemas de agua se encuentran obsoletos y el agua de consumo humano es de pésima calidad. El servicio de tratamiento de aguas residuales es de baja calidad, el sistema de alcantarillado de la cabecera parroquial se encuentra colapsado.	Dotar de servicios básicos de calidad a las comunidades de la parroquia.	<p>Gestión ante el gobierno cantonal de Colta y el Ministerio de desarrollo urbano y vivienda.</p> <p>Dotación de servicios básicos de calidad en sitios de prestación de servicios turísticos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>° Solicitar y exigir la ejecución de proyectos que doten de servicios básicos a las comunidades de la parroquia.</li> <li>° Gestionar ante el MIDUVI presupuestos para brindar y/o mejorar los servicios básicos de las comunidades de Cañi.</li> <li>° El gobierno parroquial diseña e implementa proyectos para dotar servicios básicos en sitios de prestación de servicios turísticos.</li> </ul>

NUDOS CRÍTICOS	OBJETIVOS	POLITICAS	ESTRATEGIAS
<p>Inexistencia de señalética turística, los senderos que conducen hacia los atractivos turísticos se encuentran en mal estado y en ciertos casos son inexistentes.</p>	<p>Implementar senderos que faciliten la conectividad de los turistas con los atractivos turísticos de la parroquia. Contar con una adecuada señalética turística acorde a los lineamientos que exige el MINTUR.</p>	<p>Diseño e implementación de senderos turísticos que faciliten el acceso a los atractivos turísticos de la parroquia.</p> <p>Trabajo conjunto con el MINTUR para la dotación de señalética turística en la parroquia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>° Se realizará la priorización de senderos turísticos que conduzcan a los atractivos turísticos de mayor potencial de la parroquia.</li> <li>° Diseño técnico de senderos tomando en cuenta los lineamientos del MINTUR Y MAE.</li> <li>° Implementación de senderos turísticos en Cañi.</li> <li>° Levantamiento de información para la elaboración de señalética turística.</li> <li>° Diseño e implementación de señalética turística en la parroquia Cañi de acuerdo a las especificaciones técnicas y ambientales del MINTUR.</li> </ul>
<p>No existen productos turísticos estructurados para la implementación de infraestructura y facilidades turísticas.</p>	<p>Impulsar el diseño de productos turísticos que articulen los atractivos más importantes de la parroquia y además cuenten con servicios turísticos de calidad junto con un adecuado modelo de operación turística adecuado y viable para el Gobierno parroquial.</p>	<p>Diseño de productos turísticos que permitan un desarrollo sostenible de la actividad turística de la parroquia Cañi.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>° Definición de atractivos de mayor jerarquía para el diseño de productos turísticos.</li> <li>° Determinar los servicios turísticos que se deben ofertar en Cañi para que los productos turísticos tenga acogida en los visitantes.</li> <li>° Elaboración de un modelo de operación turística para el Gobierno Parroquial de Cañi acorde a la nueva legislación vigente.</li> </ul>

NUDOS CRÍTICOS	OBJETIVOS	POLITICAS	ESTRATEGIAS
La parroquia no oferta ningún servicio turístico.	Promover la oferta de servicios turísticos en la parroquia mediante capacitaciones a la población y la construcción de infraestructura destinada a la prestación de servicios turísticos.	Ofertar servicios turísticos de calidad en Cañi sean estos públicos es decir administrados por el GAD o privados ofertados por la población caneña.	<ul style="list-style-type: none"> <li>° Incentivar a la población de la parroquia en el establecimiento de pequeñas iniciativas para la prestación de servicios.</li> <li>° Diseño e implementación de infraestructura destinada a la prestación de servicios turísticos.</li> <li>° Capacitar a la población interesada en la prestación de servicios turísticos en temas de atención al cliente y calidad del servicio.</li> <li>° Promover la formación de asociaciones de guías nativos de la parroquia para ser susceptibles de capacitaciones por parte del MINTUR.</li> </ul>
Inexistencia de resoluciones que regulen las actividades turísticas a nivel parroquial.	Estructurar el marco legal necesarios que debe cumplir el GAD parroquial para incursionar en la actividad turística cumpliendo los requerimientos legales que exigen los estamentos legales del país.	Realizar el debido proceso para realizar una adecuada incursión del GAD parroquial en la actividad turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>° Definir los estatutos del Gobierno Parroquial de Cañi.</li> <li>° Elaborar la resolución pertinente para la creación de la Unidad de Producción del GAD parroquial.</li> <li>° Elaboración de los reglamentos necesarios para la operación y ejecución de proyectos por parte de la Unidad de Producción del GAD parroquial.</li> <li>° Definición de manuales de procedimientos para cada una de las actividades a cargo de la Unidad de Producción del GAD parroquial.</li> </ul>

NUDOS CRÍTICOS	OBJETIVOS	POLITICAS	ESTRATEGIAS
Escaso presupuesto para el desarrollo de actividades que impulsen el turismo en la parroquia.	Captar la mayor cantidad de recursos financieros para el fomento de la actividad turística.	Gestionar ante instituciones públicas, privadas y no gubernamentales en pos de la consecución de presupuestos para impulsar el turismo en Cañi.	<ul style="list-style-type: none"> <li>° Elaboración de estudios de pre-factibilidad y factibilidad en materia de turismo.</li> <li>° Presentación de proyectos en las diferentes instituciones del estado, privada u organización no gubernamentales.</li> </ul>

**ANEXO 5: Cuadro para la definición de objetivos estratégicos, políticas y estrategias de los factores clave de éxito.**

FACTORES CLAVE DE ÉXITO	OBJETIVOS	POLITICAS	ESTRATEGIAS
<p>Se ubica en una zona montañosa, lo cual permite tener varios ecosistemas andinos como bosque de neblina montano, bosque siempreverde montano alto, Bosque Húmedo montano Occidental y páramo húmedo</p>	<p>Aprovechar la variedad de ecosistemas que existen en la parroquia Cañi como recursos turísticos.</p>	<p>Proteger y conservar los ecosistemas presentes en la parroquia para aprovecharlos como atractivos turísticos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>° Elaborar un plan de manejo de los ecosistemas frágiles presentes en la parroquia.</li> <li>° Propiciar el involucramiento de todas las instituciones y habitantes de la parroquia para la conservación de los ecosistemas nativos de Cañi.</li> <li>° Incentivar a la población de la parroquia en el cuidado del ambiente con el fin de conservar el patrimonio natural.</li> </ul>
<p>Alto grado de biodiversidad de especies de flora y fauna, en el bosque Cashca-Totoras y Tangabana.</p>	<p>Proteger y conservar el patrimonio natural en la parroquia</p>	<p>Perpetuar la riqueza natural existente en la parroquia para aprovechar como un atractivo turístico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>° Realizar inventarios de flora, fauna y avifauna para determinar índices de biodiversidad y endemismo.</li> <li>° Elaborar planes de conservación de flora y fauna.</li> <li>° Concientizar a los pobladores de la parroquia en el cuidado y protección de las especies de flora u fauna.</li> <li>° Promover la ejecución de proyectos amigables con el ambiente por parte de las instituciones públicas y privadas.</li> </ul>

FACTORES CLAVE DE ÉXITO	OBJETIVOS	POLITICAS	ESTRATEGIAS
Evidencia de material cultural arqueológico	Recuperar el patrimonio cultural arqueológico existente en la parroquia y aprovecharlo como un recurso turístico.	Inventariar y contextualizar las evidencias arqueológicas encontradas y realizar estudios para el hallazgo de nuevas evidencias.	<ul style="list-style-type: none"> <li>° Realizar inventarios de piezas arqueológicas encontradas en la parroquia y que se encuentran en posesión de varios pobladores de Cañi.</li> <li>° Elaborar prospecciones arqueológicas de posibles sitios que fueron habitados en tiempos precolombinos.</li> <li>° Concientizar a la población canela de la importancia que representan estas piezas halladas en Cañi.</li> </ul>
Existencia de la playa de Silapala un sitio con alto potencial para brindar servicios turísticos.	Potenciar y posicionar el sitio como el centro de operación turística de la parroquia.	Implementar proyectos para la dotación de servicios y facilidades turísticas en el sitio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>° Diseño e implementación de proyectos para la dotación de servicios turísticos en la playa de Silapala.</li> <li>° Diseño e implementación de proyectos para la dotación de facilidades turísticas en la playa de Silapala.</li> <li>° Realizar una adecuada difusión del sitio para posicionarlo a nivel nacional.</li> </ul>