



Universidad del Azuay

Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas

**Carrera de Tecnología Superior en Turismo
Rural**

**“PROPUESTA DE DISEÑO DE
EXPERIENCIAS TURÍSTICAS Y
RELAJACIÓN EN LA COMUNIDAD DE
CAÑARO PARA MUJERES EN BÚSQUEDA
DE BIENESTAR MENTAL”**

Autores:

**Magdalena De La Cruz Ayora Cali; Valeria Estefanía Olmos
Vázquez**

Director:

Magister Jorge Amaya Ruiz

**Cuenca – Ecuador
Año 2024**

DEDICATORIA

A mi papá a mi hermano mi madre y a mi hija
que gracias a ellos estoy ahora en donde estoy,
son mi motivación y mi vida. Valeria Olmos

El presente trabajo dedico a mi hijo ya que fue
parte del crecimiento profesional, que estaba en
todos los momentos difíciles de mi vida, mi
madre que fue un pilar fundamental por eso
quiero dejar plasmado ya que represento un
sacrificio y esfuerzo. Magdalena Ayora

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, a mis profesores que estuvieron a lo largo de la carrera, a mi tutor el Mgtr Jorge Amaya que gracias a él encontramos claridad en muchos panoramas relacionados al turismo y a la universidad por esta oportunidad. Valeria Olmos

Agradezco a Dios en primer lugar por la oportunidad que me ha dado, a ELECAUSTRO que conjuntamente con la universidad llegaron a cristalizar estos convenios, a mis profesores, compañeros y familiares que estaban conmigo en este proceso. Magdalena Ayora

RESUMEN:

Propuesta de diseño de experiencias turísticas y relajación en la comunidad de Cañaro para mujeres en búsqueda de bienestar mental ubicada en la parroquia San Joaquín de Cuenca, provincia del Azuay, se enfoca en crear una oferta turística dirigida a mujeres que buscan bienestar mental, aprovechando los recursos naturales y culturales de Cañaro para promover un turismo sustentable y de calidad, el proyecto no solo busca beneficiar a las mujeres participantes sino también generar oportunidades de desarrollo y empoderamiento en la comunidad, la propuesta de valor se centra en ofrecer experiencias turísticas auténticas y enriquecedoras, basadas en la cultura y naturaleza de Cañaro, promocionando un ambiente de relajación y bienestar, a través de actividades como caminatas guiadas, talleres de artesanía, y sesiones de meditación en entornos naturales, se busca generar un impacto positivo y duradero en la comunidad, promoviendo el desarrollo local y la sostenibilidad.

Palabras clave: bienestar mental, propuesta de valor, relajación, turismo sustentable, meditación.

ABSTRACT:

Proposal for the design of tourism experiences and relaxation in the community of Cañaro for women seeking mental wellness located in the parish of San Joaquín de Cuenca, Azuay province, focuses on creating a tourism offer aimed at women seeking mental wellness, taking advantage of the natural and cultural resources of Cañaro to promote sustainable and quality tourism, the project not only seeks to benefit the women participants but also to generate opportunities for development and empowerment in the community, the value proposition focuses on offering authentic and enriching tourism experiences, based on the culture and nature of Cañaro, promoting an environment of relaxation and wellness, through activities such as guided hikes, craft workshops, and meditation sessions in natural environments, it seeks to generate a positive and lasting impact on the community, promoting local development and sustainability.

Key words: mental wellbeing, value proposition, relaxation, sustainable tourism, meditation.

ÍNDICE

DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
RESUMEN	
INTRODUCCIÓN	
CAPÍTULO 1	1
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE CÁÑARO	1
1.1 MARCO TEÓRICO	1
1.1.1. La medicina ancestral y el turismo	1
1.1.2. La medicina ancestral y el turismo en el Ecuador	3
1.2 SISTEMA TERRITORIAL	4
1.2.1 Medio físico	4
1.2.2 Población y asentamientos humanos:	7
1.2.3 Economía territorial.....	10
1.2.4 Patrimonio y cultura	11
1.2.5 Contextualización del entorno territorial.....	13
1.2.6 Potencialidades relevantes desde la óptica turística.....	14
1.2.7 Problemas Territoriales.....	15
1.2.8 Ecosistema de actores territoriales y de la cadena de valor turística	16
1.3 PLANTA TURÍSTICA E INFRAESTRUCTURA	16
1.3.1 Vialidad y transporte	16
1.3.2 La oferta de servicios turísticos.....	17
1.3.3 Servicios complementarios	18
CAPÍTULO II	19
PROPUESTA DE EXPERIENCIA.	19
2.1 Definición y alcance metodológico.	19
2.1.1 Segmentación del mercado y competencia.....	19
2.1.2 Propuesta de valor.....	20
2.1.3 Diseño de experiencias	20
2.2 Definición de la propuesta de valor de la experiencia.	24
2.1.1 Segmentación del Mercado.....	25
2.1.2 Perfil de la competencia a nivel nacional	27
2.1.3 Propuesta de valor de la experiencia turística.....	28
2.1.4 Determinación del Mapa de Empatía.....	29
2.2 DISEÑO DE LA EXPERIENCIA TURÍSTICA.	31
2.2.1 Definición narrativa de la experiencia.....	31
2.2.2 Identificación de elementos territoriales únicos dentro de la experiencia.	31

2.2.3 Estructura de la experiencia turística.....	33
2.2.4 Modelo de negocio y valoración económica.....	37
2.2.5 Normas y restricciones de la experiencia.....	41
2.2.6 Identificación de posibles impactos turísticos.....	42
2.3 Conclusión capítulo 2.....	44
CAPÍTULO III.....	45
SOCIALIZACIÓN.....	45
3.1 Propósito de la socialización.....	45
3.2 Descripción de los actores locales involucrados.....	45
3.3 Métodos y herramientas utilizadas para la socialización.....	46
3.4 Descripción del proceso de socialización:.....	46
3.4.1 Fecha y localización del evento de socialización.....	46
3.4.2 Descripción del evento.....	47
3.5 Desarrollo del proceso de socialización:.....	47
3.5.1 Descripción de los temas tratados durante la socialización.....	47
3.5.2 Desafíos y obstáculos suscitados durante la socialización.....	48
3.6 Compromisos de los actores locales.....	48
3.7 Reflexiones y lecciones aprendidas.....	48
3.7.1 Evaluación del proceso de socialización.....	48
3.7.2 Lecciones aprendidas que podrían aplicarse en futuras iniciativas de desarrollo turístico.....	49
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	50
ANEXOS.....	53
BIBLIOGRAFÍA.....	52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Distribución de la población de San Joaquín por comunidades.....	8
Tabla 2: Distribución de PEA y PEI en San Joaquín.....	10
Tabla 3: Análisis FODA parroquial.....	14
Tabla 4: Análisis territorial.....	15
Tabla 5: Segmentación del Mercado.....	26
Tabla 6: Perfil Generacional.....	27
Tabla 7: Análisis de la Competencia.....	27
Tabla 8: Matriz de elementos únicos.....	32
Tabla 9: Estructura de experiencia turística.....	34
Tabla 10: Definición de episodios.....	36
Tabla 11: Presupuesto de la experiencia.....	39
Tabla 12: Impactos Positivos y Negativos de la Actividad Turística.....	42

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: División Política de la parroquia San Joaquín.....	4
Figura 2: Zonas Geomorfológicas, parroquia San Joaquín	5
Figura 3: Uso de suelo de la parroquia de San Joaquín	6
Figura 4: Cuencas hídricas de la parroquia San Joaquín	7
Figura 5: Comunidad de Cañaro.....	9
Figura 6: Atractivos Parroquia San Joaquín.....	10
Figura 7: Fiestas Religiosas Parroquia San Joaquín	12
Figura 8: Matrona Parroquia San Joaquín.....	12
Figura 9: Gastronomía Parroquia San Joaquín.....	13
Figura 10: Actores territoriales	16
Figura 11: Ruta Terrestre Comunidad de Cañaro	17
Figura 12: Servicio de Alojamiento	18
Figura 13: Mapa de empatía de la experiencia basado en la segmentación y competencia	30
Figura 14: Propuesta de Valor.....	31
Figura 15: Modelo de Negocio.....	38
Figura 16: Socialización del proyecto.....	49

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Encuestas.....	52
Anexo 2 copia de registro de asistentes socialización y enlace videos.....	53
Anexo 3 Enlace videos y registro fotográfico.....	54

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se centra en la propuesta de diseño de experiencias turísticas y de relajación en la comunidad de Cádiz, con un enfoque especial en el bienestar mental de las mujeres. Este proyecto se desarrolla en un contexto de creciente interés por la medicina ancestral y el turismo de bienestar, que combinados, pueden ofrecer una contribución significativa tanto a la economía local como a la conservación de la cultura ancestral.

La comunidad de Cádiz, conocida por sus prácticas agrícolas y ganaderas, y la riqueza de sus huertos familiares con plantas medicinales, sirve como escenario ideal para esta propuesta. La medicina ancestral, entendida como un conjunto de prácticas y conocimientos transmitidos de generación en generación, es uno de los pilares de esta iniciativa.

El proyecto busca integrar estas prácticas tradicionales con el turismo de bienestar, una tendencia creciente que se enfoca en mejorar la salud y el bienestar de las personas a través de diversas actividades y servicios, tales como spas, centros termales, retiros ecológicos, y actividades de salud espiritual, física o psicológica.

En este sentido, la salud mental es una dimensión crucial del bienestar general, y este proyecto tiene como objetivo proporcionar servicios que apoyen la salud mental de las visitantes. La propuesta está diseñada para ofrecer experiencias que fortalezcan las capacidades individuales y colectivas, ayuden a tomar decisiones asertivas, establezcan relaciones saludables y permitan a las personas desenvolverse adecuadamente en su entorno.

La relevancia de este proyecto radica en su potencial para mejorar la calidad de vida de las mujeres participantes, fomentar el desarrollo sostenible de la comunidad de Cádiz y preservar su valioso patrimonio cultural. La combinación de medicina ancestral y turismo de bienestar no solo representa una oportunidad económica, sino también una forma de honrar y mantener vivas las tradiciones y conocimientos ancestrales.

CAPÍTULO 1

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE CÁÑARO

1.1 MARCO TEÓRICO

La propuesta está enfocada en las actividades que, actualmente, se desarrollan en la comunidad de Cañaro, como agricultura y ganadería, entre los que destaca la riqueza de sus huertos familiares en los cuales se encuentran un sin fin de plantas medicinales.

1.1.1. La medicina ancestral y el turismo

La medicina ancestral, también conocida como medicina tradicional o medicina indígena, se refiere a los sistemas de curación y prácticas médicas que han sido desarrollados por culturas y comunidades a lo largo de generaciones (Sarauz, 2021). Estas prácticas suelen basarse en el conocimiento local de plantas medicinales, rituales, técnicas de sanación y creencias espirituales.

En muchos lugares del mundo, la medicina ancestral ha ganado interés tanto a nivel local como internacional, y su relación con el turismo es un tema relevante. De esta manera, el turismo y la medicina ancestral representan una contribución económica en las comunidades rurales, así como también son parte fundamental de la conservación de la cultura ancestral. (Gómez, 2013)

En tal sentido, la medicina ancestral es “una de las más importantes ypreciadas herencias de nuestras abuelas y abuelos, quienes por años las transmitieron de generación en generación ayudando a prevenir y curar una diversidad de malestares y enfermedades” (Asociación Amigos de Urpichallay, 2020, pág. 6)

Es importante considerar que, desde la medicina ancestral, se busca el bienestar de los pacientes, ofreciendo, en el caso específico de este proyecto, un servicio enfocado en su mayoría para mujeres que atraviesan por momentos complicados, para lo cual, resulta necesario enunciar el concepto de Turismo de Bienestar: “... la motivación de viaje es el deseo de mejorar la salud; los productos son hoteles spas, centros termales, lugares de retiro, centros ecológicos; las actividades de salud pueden ser espirituales, físicas o psicológicas” (Rojas, 2020, p, 150).

El Turismo de Bienestar se maneja desde varias perspectivas como lo son médico cosmético, corporal, físico, escapismo y relajación, espiritual, existencia y psicológico entre otros (Cruz-Piña et al., 2023). Cada una de estas dimensiones serán tomadas en cuenta, según las necesidades de los visitantes.

La salud mental es un estado de bienestar que hace posible que las personas enfrenten los distintos momentos o situaciones estresantes en su vida, ayuda a desarrollar habilidades necesarias para desempeñarse mejor en su vida laboral y personal, lo que, consecuentemente, contribuye a construir una mejor comunidad (Organización Mundial de la Salud, 2022)

En este sentido, el bienestar mental es importante porque fortalece las capacidades individuales y colectivas que ayudan a tomar decisiones asertivas, establecer relaciones saludables y desenvolvernors de manera adecuada en el mundo. (Organización Mundial de la Salud, 2022)

Además, la salud mental constituye un derecho humano fundamental, dado que, es una necesidad dentro del desarrollo personal y social. Es importante entender que, la salud mental no implica solamente la ausencia de trastornos mentales, sino que, es un proceso complejo e individual, porque cada persona lo experimenta de forma distinta (Organización Mundial de la Salud, 2022).

De ahí que, las estadísticas demuestran que la modalidad del turismo de bienestar constituye un nicho de mercado en expansión, con un crecimiento exponencialmente favorable. Entre 2012 y 2014, según el Global Wellness Institute, esta modalidad creció un 12.7%, entendido como un 40% superior a lo que se había previsto y un 74% más rápido que el crecimiento general del turismo mundial; mientras que, en 2013 se evidenció que el turista de bienestar gasta un 130% más que el turista promedio de cada siete dólares gastados, uno se destinó a este tipo de turismo, siendo utilizada la mayor parte del gasto en masajes y otros tratamientos como clases de fitness, etc. (Lucky, 2018; Page et al., 2017; Papageorgiou y Parisi, 2019).

En virtud de lo manifestado, el proyecto está dirigido a turistas extranjeros y nacionales, con mayor énfasis en el público femenino, tomando como referencia generar

experiencias que estén centradas en la sanación y recreación de las mujeres con ayuda de la madre tierra, a lo que llamaremos “Huarmi Experiencie”.

1.1.2. La medicina ancestral y el turismo en el Ecuador

El turismo relacionado con la medicina ancestral en Ecuador es una faceta importante de la oferta turística, debido a la rica diversidad cultural y natural del país; dado que, Ecuador es hogar de diversas culturas indígenas, como los Kichwa, Shuar, Waorani, Saraguro, entre otros. Estas comunidades conservan conocimientos ancestrales sobre plantas medicinales, rituales curativos, prácticas espirituales y técnicas de sanación que atraen el interés de turistas en busca de experiencias auténticas.

En tal sentido, la Medicina ancestral se reconoce en el Ecuador a través de la Constitución de la República en su Art. 363, inciso 4 “Garantizar las prácticas de salud ancestral y alternativa mediante el reconocimiento, respeto y promoción del uso de sus conocimientos, medicinas e instrumentos” (Gobierno Nacional del Ecuador, 2008).

De acuerdo con el estudio sobre “Conocimiento ancestral medicinal y turismo de salud en el cantón Colta, provincia de Chimborazo”, el conocimiento ancestral medicinal, propio de una localidad constituye una alternativa que puede ser incluida dentro de nuevos productos turísticos con características innovadoras, el mismo que permite la satisfacción de necesidades de clientes potenciales (Guijarro y Calvopiña, 2021).

Varios destinos turísticos en Ecuador ofrecen programas y actividades centradas en la medicina ancestral: en la región amazónica, en la Sierra con sus comunidades indígenas, y la costa con tradiciones curativas propias, son áreas donde los turistas pueden aprender sobre la medicina tradicional y participar en ceremonias y rituales. (Guijarro y Calvopiña, 2021)

Así, en el país se celebran varios festivales y eventos culturales a lo largo del año donde se destacan las tradiciones ancestrales; por ejemplo, el Inti Raymi en varias zonas de la serranía o el Festival de la Chakana en Otavalo, en las cuales se destaca la medicina ancestral que atrae a propios y extraños. “Con ello se insta a ampliar esquemas habituales de productos turísticos, en los que las comunidades rurales pueden ser realmente competitivas y donde las limitaciones económicas obligan a buscar alternativas cimentadas en el aprovechamiento de capacidades, fortalezas y recursos propios y únicos que posee el entorno rural” (Rodríguez y Solís, 2016)

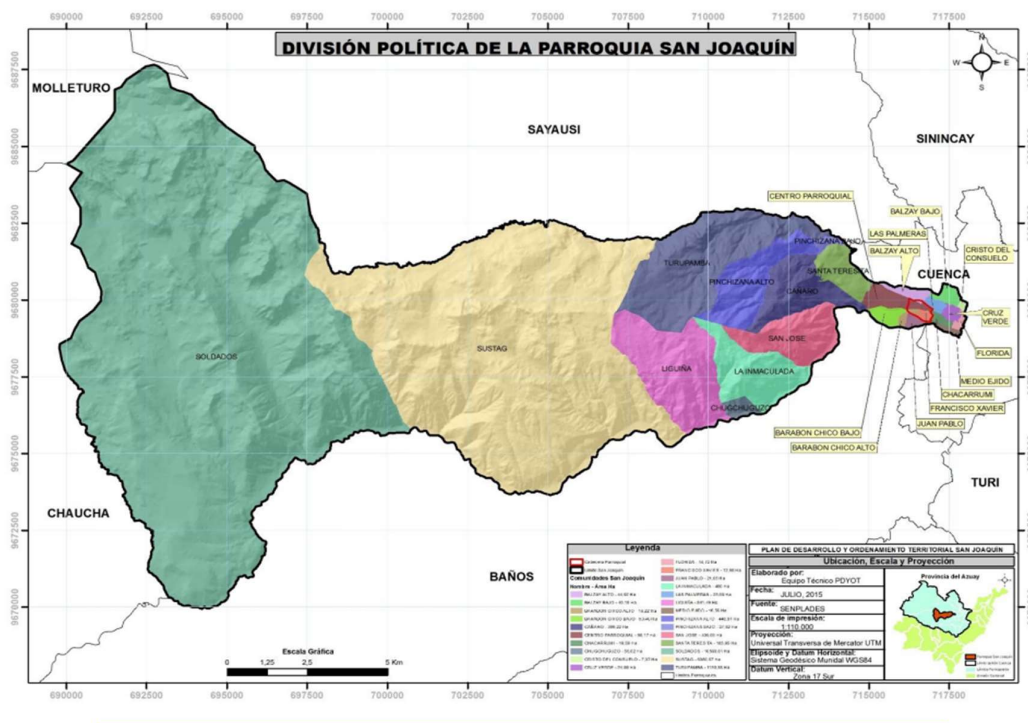
1.2 SISTEMA TERRITORIAL

1.2.1 Medio físico

La comunidad de Cañaño forma parte de la parroquia San Joaquín, ubicada en la zona rural del cantón Cuenca, en la provincia del Azuay, al sur de Ecuador. Esta parroquia se encuentra a una distancia de 7km (aproximadamente 15 minutos) al noroeste del centro urbano de la ciudad de Cuenca.

Como se puede observar en el mapa, la parroquia San Joaquín limita hacia el Norte con la parroquia Sayausí, al Sur con la parroquia Baños, al Oeste las parroquias de Chaucha y Molleturo; y, al Este con la ciudad de Cuenca. Se conecta vía terrestre a través de dos vías de primer orden (Autopista Medio Ejido y la Av. Ordoñez Laso) que conducen a su centro parroquial.

Figura 1: División Política de la parroquia San Joaquín



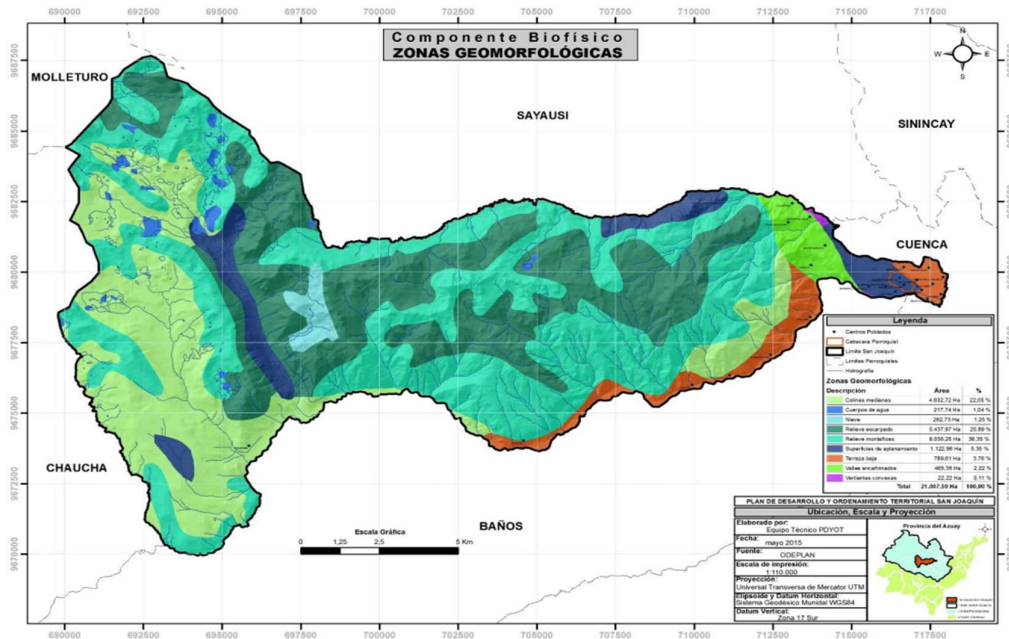
Fuente: (Equipo Técnico Actualización PDOT San Joaquín 2019-2023)

La parroquia San Joaquín está conformada por 24 comunidades: Balzay alto, Balzay bajo, Barabón chico alto, Barabón chico bajo, Cañaño, Centro parroquial, Chacarrumi, Chugchuguzo, Cristo del Consuelo, Cruz Verde, Florida, Francisco Xavier,

Juan Pablo, La Inmaculada, Las Palmeras, Liguña, Medio Ejido, Pinchizana Alto, Pinchizana Bajo, San José, Santa Teresita, Soldados, Sustag y Turupamba.

De acuerdo con lo señalado en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de San Joaquín elaborado por el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial el paisaje que caracteriza a la parroquia San Joaquín, presenta un relieve montañoso propio de la región interandina con relieves escarpados con pendientes bastante pronunciadas que ocupan aproximadamente el 26% del territorio (5.437,97 ha); también se pueden observar colinas medianas que cubren hasta el 22% de la zona (4.632,72 ha), especialmente al oeste de la parroquia, en las comunidades de Soldados y Sustag, aunque también se observa esta estructura en la comunidad de Cãñaro. Otros relieves que destacan en la zona son: superficies de aplanamiento con el 5%, terrazas bajas con 3,76%, valles encañonados con el 2% y vertientes convexas con el 0,11%. (PDOT San Joaquin 2019)

Figura 2: Zonas Geomorfológicas, parroquia San Joaquín



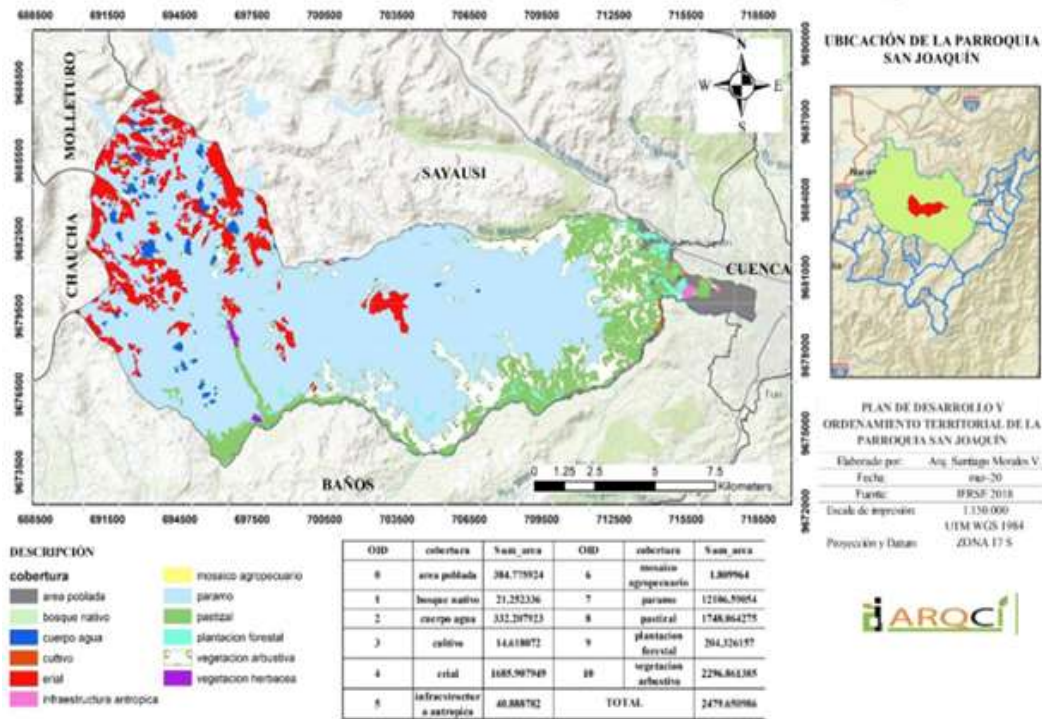
Fuente: (Equipo Técnico Actualización PDOT San Joaquin 2019-2023)

Al estar en la región andina, San Joaquín tiene una altitud considerable que varía entre los 2.500 y los 3.000 metros sobre el nivel del mar. Esto influye en el clima y la vegetación de la zona. El clima de San Joaquín es principalmente templado y fresco. Las temperaturas suelen oscilar entre los 10°C y los 20°C; por lo tanto, en las zonas más bajas,

se encuentran bosques húmedos y selvas, mientras que en las partes más altas predominan los bosques de montaña y páramos (PDOT San Joaquin 2019).

Se puede observar en la Figura 3, la cobertura de la parroquia corresponde a área poblada en 384.77ha; 21.25ha a bosque nativo; 332.20ha cuerpo de agua; 1748.06ha pastizal; 2296.86ha vegetación arbustiva; y, 14.61ha cultivo. En cuanto al uso del suelo, gran parte de la zona se ocupa para el pastoreo ocasional, pecuario bovino; 14.618072ha están destinados al uso agrícola extensivo y 1.809964ha al uso agrícola intensivo (PDOT San Joaquin 2019). Los suelos en esta área son generalmente fértiles, lo que favorece la actividad agrícola; se cultivan una variedad de productos como maíz, papas, frutas y hortalizas.

Figura 3: Uso de suelo de la parroquia de San Joaquin

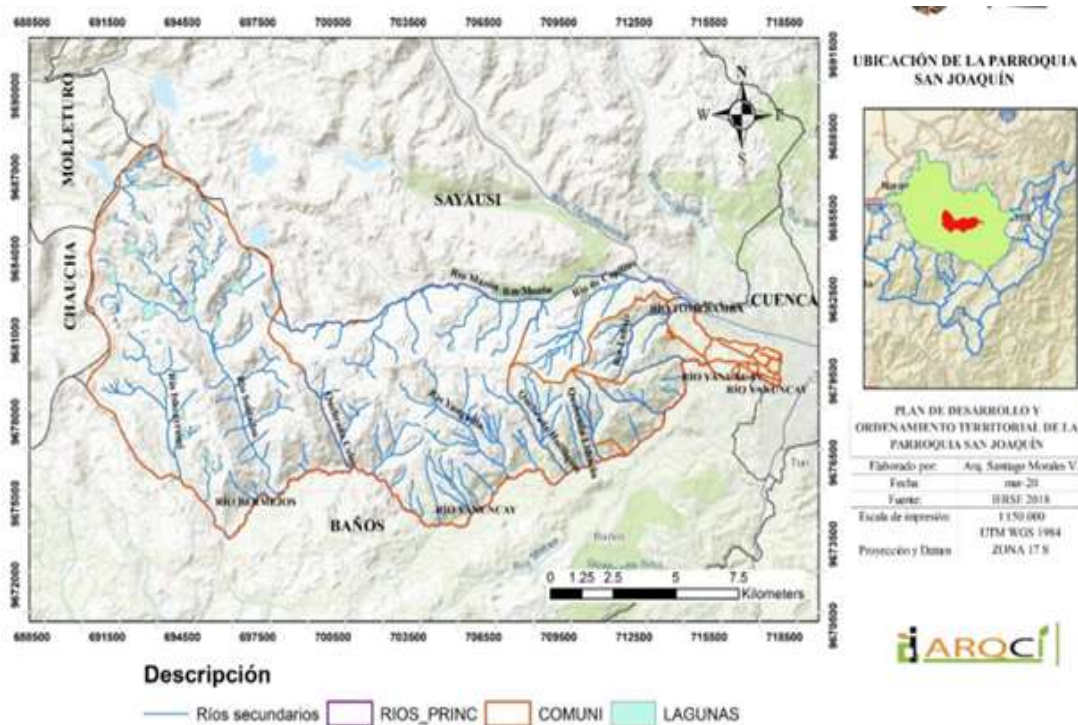


Fuente: (Equipo Técnico Actualización PDOT San Joaquin 2019-2023)

San Joaquin cuenta con una abundancia de recursos hídricos debido a la presencia de ríos, arroyos y quebradas que descienden de las montañas. Se destacan tres principales ríos que bañan a la parroquia: Bermejós, Tomebamba y Yanuncay (Figura 4); mientras que, las aguas superficiales se forman en los ríos Soldados, Ishcayrummy y Mazán (Equipo Técnico Actualización PDOT San Joaquin 2019-2023)

Las cuencas hídricas de la parroquia destacan por la presencia lagunas en todo el territorio, gracias a la presencia del Parque Nacional Cajas, entre las que sobresalen: Amarillo Derrumbo, Tintacocha, Patacocha, Inca Casa, Ventanas, Cascarillas, Estrella Cocha, Chuzalongo, estas representan reservas ecológicas de biodiversidad y agua, y son aprovechadas para realizar actividades turísticas (PDOT San Joaquin 2019).

Figura 4: Cuencas hídricas de la parroquia San Joaquín



Fuente: (Equipo Técnico Actualización PDOT San Joaquin 2019-2023)

Además de su entorno natural, San Joaquín también cuenta con paisajes culturales, como campos agrícolas, fincas ganaderas y arquitectura tradicional que refleja la historia y la cultura de la región.

1.2.2 Población y asentamientos humanos:

De acuerdo con los últimos reportes registrados oficialmente en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) la población en la parroquia San Joaquín para el año 2010 fue de 7.815 habitantes (51% mujeres y 49% varones); la mayor parte de la población oscila entre los 5 y los 29 años de edad. Al 2010, en San Joaquín, el promedio de hijos por mujer fue de 2.53, menor a la registrada en otros territorios. El 92.9% de la población en la zona se autoidentifica como mestizo; el 3.74% como blanco, el 1.27% como afrodescendiente, el 1.15% como indígena.

La mayor cantidad de la población se encuentra en el Centro Parroquial con 728 habitantes, seguido de Balzay bajo con 585 y Barabón Chico Bajo 526. A continuación, se trasladan los datos poblacionales de cada una de las 24 comunidades que componen la parroquia San Joaquín se presentan en la Tabla 1:

Tabla 1: Distribución de la población de San Joaquín por comunidades

Comunidad	Población estimada
Balzay alto	447
Balzay bajo	585
Barabón chico alto	293
Barabón chico bajo	526
Cáñaro	249
Centro parroquial	728
Chacarrumi	170
Chugchuguzo	103
Cristo del consuelo	138
Cruz verde	463
Florida	261
Francisco Xavier	455
Juan Pablo	285
La Inmaculada	305
Las palmeras	431
Liguiña	265
Medio ejido	261
Pinchizana alto	142
Pinchizana bajo	206
San José	395
Santa teresita	510
Soldados	257
Sustag	166
Turupamba	174
Total	7815

Fuente: (Equipo Técnico Actualización PDOT San Joaquín 2019-2023)

En la parroquia San Joaquín se encuentran 7 unidades educativas registradas en el Ministerio de Educación, 2 de ellas son de tipo particular y 5 son de régimen fiscal; la tasa de analfabetismo es del 2% aproximadamente.

El centro parroquial de San Joaquín cuenta con todos los servicios básicos pese a su nivel cultural tiene una gran acogida por la zona geográfica. La parroquia cuenta con un Moderno GAD parroquial, una casa parroquial, y una tenencia política ubicada en el edificio de la parroquia. En lo concerniente a seguridad la parroquia cuenta con una única Unidad de Policía comunitaria la misma que brinda su servicio a toda la ciudadanía. La parroquia cuenta además con gran cantidad de iglesias y capillas por comunidad. Otro equipamiento de gran importancia del cual dispone la parroquia son los de tipo recreativo, los cuales se pueden evidenciar en gran cantidad de comunidades (PDOT San Joaquín 2019).

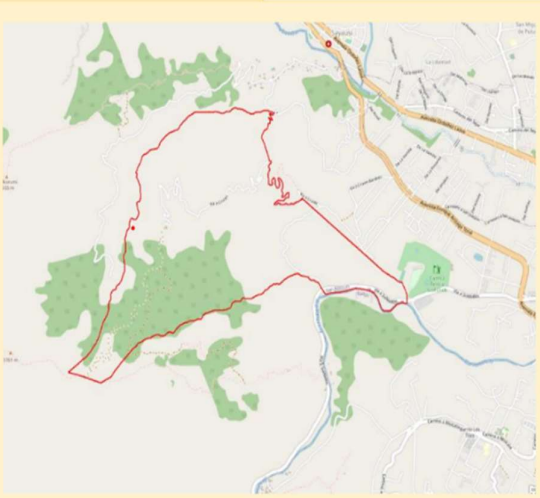
Dentro de los espacios públicos, cuenta con Iglesia, canchas deportivas (tenis Club) con espacios de recreación, parques, mercados, plazas, artesanías, y con vías accesibles para los turistas y personas que viven de la agricultura y ganadería.

Específicamente en la comunidad de Cañaño, zona de interés de este estudio, se registra un total de 249 habitantes en una superficie de 399.21ha. Cañaño limita: al norte con la Pinchizana y Pico de Pescado, al sur Río Yanuncay, al Este con Tenis Golf Club y al Oeste con San José de Barabón.

Esta comunidad tiene una relación de dependencia con el centro parroquial de San Joaquín, especialmente en cuanto a servicios de salud y educación; entre los servicios básicos, sus habitantes cuentan con servicio de alumbrado público, agua potable, pero no se cuenta con alcantarillado.

Figura 5: Comunidad de Cañaño

ASENTAMIENTOS HUMANOS			
NOMBRE DEL ASENTAMIENTO:		El Cañaño	
TIPO DE ASENTAMIENTO:		Nuclear	
POBLACIÓN:	249 personas	SUPERFICIE:	399.21 has
PRESTACIÓN DE SERVICIOS Y SERVICIOS BASICOS			
EQUIPAMIENTO		SERVICIOS BASICOS	
Religioso: Si	-	- Telefonía: No	
Deportivo: No	-	- Falta de cobertura móvil	
Administrativo: No	-	- Internet: No	
Educativo: No	-	- Vías	
Salud: No	-	- Agua potable: SI	
Recreacional: No	-	- Alcantarillado: No	
Funerario: No	-	- Punto de encuentro: Iglesia Parroquial	
		- Problemas con redes de energía eléctrica	
Servicios sociales:			
CIBV para niños pequeños			
Brigadas medicas			
Bono de ayuda social			
Mis mejores años			
RELACIONES DE DEPENDENCIA			
La comunidad mantiene dependencia directa con el GADP de San Joaquín y el centro parroquial especialmente en temas de educación y salud.			
ACCESIBILIDAD			
Vías de acceso en mal estado			
RIESGO			
- Inseguridad			
- Drogadicción y Delincuencia			



Fuente: (Equipo Técnico Actualización PDOT San Joaquín 2019-2023)

Cañaño es una comunidad llena de naturaleza y con unos paisajes únicos, cuenta con cascadas y bosques sumamente atractivos, en el ámbito cultural la comunidad al ser relativamente pequeña se han mantenido sus costumbres intactas, algo que es un plus al momento de elegir a Cañaño como destino turístico.

1.2.3 Economía territorial

De acuerdo con los datos registrados por el INEC como resultado del censo poblacional del año 2010, la población económicamente activa (PEA) de la parroquia San Joaquín suma un total de 3413 personas, de las cuales, 1829 son varones y 1584 son mujeres; mientras que, la población económicamente inactiva (PEI) suman un total de 2388, de los cuales 853 son varones y 1535 son mujeres (Tabla 2):

Tabla 2: Distribución de PEA y PEI en San Joaquín

	PEA	PEI	Total
Hombre	1.829	853	2.682
Mujer	1.584	1.535	3.119
Total	3.413	2.388	5.801

Fuente: INEC, 2010

La parroquia San Joaquín se ha caracterizado siempre por la actividad agrícola tradicional, especialmente la horticultura, la cual es practicada por muchas familias de la zona, tanto para el consumo propio como fuente económica. En esta actividad destacan sitios como: la granja orgánica Cuadruco, Huertos y Viveros Sústag que se dedican a la producción y comercialización de productos orgánicos; además, están los emprendedores de la Asociación de Productores Yanuncay (APAY) ubicada en el kilómetro 7 vía a Chaucha, los cuales se dedican a la producción agrícola y brindan servicios de turismo vivencial.

Figura 6: Atractivos Parroquia San Joaquín



Otra fuente económica importante en la parroquia San Joaquín, es la cestería, que además es el oficio más antiguo entre la población. En la cestería se realizan, principalmente, artesanías en fibras vegetales como el zuro y la duda, que son elaborados

manualmente por artesanos que se distribuyen en más de 16 centros de producción artesanal a lo largo de la zona de Barbón Chico, entre ellos, se destaca el Eco museo del Yanuncay.

Según el PDyOT de San Joaquín (2019) se registran 276 establecimientos económicos, de los cuales el 61,59% corresponden a establecimientos artesanales, el 12,32% son locales de comida y restaurantes, y el 9,06% establecimientos comerciales entre otros.

Cáñaro no posee una micro empresa turística dentro de la comunidad, sin embargo, se cuenta con una casa comunal donde se puede realizar el hospedaje.

A sus alrededores encontramos, varios espacios de alojamiento como en San Joaquín o en Cuenca, si desean los turistas algo más elegante, si hablamos de restaurantes, balnearios, y paisajes arquitectónicos también podemos contar con la cercanía que tiene la comunidad con Cuenca y el centro de la ciudad.

Los habitantes se dedican a la agricultura del maíz, hortalizas, frutas, también hay mucha ganadería la cual es su fuerte en la economía.

Dentro de esta comunidad encontramos en lugar atractivo llamado ‘Campana Huaico’ donde hay unas cuevas profundas de difícil acceso, según cuenta la leyenda que las noches suenan unas campanas y que ven luces de colores, Así mismo esta población cuenta con restaurantes de alta calidad gastronómica, dentro de la preparación de cuyes, pollos asados, caldo de gallina criolla, trucha, sancocho, cascaritas, mote pillo, etc.

En la comunidad de Cáñaro cuentan con cabalgatas para los turistas, Así mismo es un lugar adecuado para el ciclismo, Cáñaro el ser una población llena de vegetación natural, es un lugar único para respirar aire puro y convivir con sus animales silvestres

1.2.4 Patrimonio y cultura

Dentro del patrimonio intangible que distingue a la parroquia San Joaquín, destacan, sobre todo, sus fiestas religiosas y tradicionales a lo largo del año; como, por ejemplo, la fiesta de San Joaquín y Santa Ana, que se lleva a cabo el 26 de julio, es una celebración importante que incluye procesiones, danzas, música y actividades religiosas.

La fiesta religiosa que celebran la Comunidad de Cañaro y la Parroquia de San Joaquín es de la virgen de María Auxiliadora, es la que más se destaca aquí se detalla las fiestas religiosas donde los turistas llegan de todos lados a disfrutar.

Figura 7: Fiestas Religiosas Parroquia San Joaquín



Su patrimonio también lo conforman los artesanos que preservan técnicas tradicionales de tejido en cestería, cerámica, tallado en madera y fabricación de instrumentos musicales. Mientras que, es el conocimiento arraigado de la medicina tradicional y ancestral en la comunidad, que incluye el uso de plantas medicinales, rituales curativos y prácticas de sanación transmitidas de generación en generación. Específicamente, en la comunidad de Cañaro, existen mujeres que practican la medicina ancestral con plantas medicinales, entre las más conocidas está la Sra. María Eugenia Quiñónez.

Figura 8: Matrona Parroquia San Joaquín.



Fuente: Tomada del sitio Bing, 2020

Otro elemento que da vida a su patrimonio cultural es la gastronomía, basada en ingredientes locales que dan forma a platos típicos que incluyen la fritada, cecina de cerno, el mote pillo, la fanesca (durante la Semana Santa), el cuy asado, las empanadas

de viento y las tortillas de maíz. Entre los sitios más representativos, destacan los restaurantes ubicados en los sectores Cristo de Consuelo y Cruz Verde, reconocidos por su servicio que ha pasado por más de tres generaciones que ha dinamizado la economía del sector.

Figura 9: Gastronomía Parroquia San Joaquín



1.2.5 Contextualización del entorno territorial

El análisis del contexto territorial se realiza con base en el modelo FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), a través del cual se realizó una matriz que permitió visualizar las características más relevantes de la zona. Se entiende que las Fortalezas son aquellas características o iniciativas internas que funcionan bien y que se pueden comparar con otras iniciativas desde un enfoque competitivo externo; las Debilidades son los aspectos o iniciativas internas que no están funcionando bien y limitan o reducen la capacidad de desarrollo; las Oportunidades son el resultado de las fortalezas y debilidades, son aspectos externos que representan una oportunidad para ubicarse en una posición competitiva más fuerte; y, las Amenazas son elementos externos que tienen el potencial de limitar o impedir la implementación de acciones estratégicas. A continuación, en la Tabla 3 se expone el análisis FODA de la parroquia San Joaquín.

Tabla 3: Análisis FODA parroquial

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Paisajes Naturales (ambiental) • Agroferias (económico) • Lugares vírgenes para conocer (ambiental) • Eventos culturales (cultural) • Gastronomía (cultural) • Participación de la comunidad en fiestas y mingas (social) 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de información sobre turismo (social). • Alza de precios por acogida (económico). • Poco interés de las autoridades (social) • Divisiones de bandos políticos (política) • Poco capital y apoyo por parte del GAD (político) • Poco compromiso con la parroquia (social)
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechamiento para creación de rutas ecológicas (ambiental). • Crecimiento de emprendimientos (económico). • Creación de más espacios para presentaciones de grupos folclóricos (cultural) • Creación de grupos con sub autoridades (político) • Apertura de emprendimiento gastronómico (económico) • Mejor relación entre comunidad y autoridades (social) 	<ul style="list-style-type: none"> • Destrucción de espacios verdes por parte de turistas (ambiental). • Sobre venta y escasas de productos (económico). • Extinción de fiestas y eventos culturales (cultural) • Poco apoyo por parte de la comunidad (social) • Alza de precios en renta de espacios (económico) • Desinterés por las fiestas y mingas, extinción de buenas prácticas (social),

Nota: Basado en el PDOT de San Joaquín 2019-2023

1.2.6 Potencialidades relevantes desde la óptica turística

Muchas de las razones para ejecutar este emprendimiento tienen que ver con el interés de aprovechar sus recursos naturales, como sus cascadas, bosques, calidez de la gente y cercanía a la ciudad de Cuenca, ofreciendo actividades al aire libre con las turistas que deseen vivir este diseño de experiencias y participar de actividades, las cuales estarán planificadas para que cada una de los turistas sienta la experiencia de aliviar su cuerpo y alma, gracias a la naturaleza.

Este será un diseño de experiencias full day, ya que va enfocado sobre todo a mujeres que necesiten desconectarse de sus ocupaciones diarias, mujeres trabajadoras, mujeres que se dedican a sus hijos al 100%, mujeres amas de casa etc., y ellas generalmente no pueden dejar sus actividades por mucho tiempo, dentro del full day están actividades como: Visita a huertos orgánicos, visita a la cascada de Cãñaro y ritual de limpia con el agua de la misma, charlas y compartir entre turistas y locales, sesión de

relajación y armonización en el bosque, presentación de productos realizados a base de productos locales medicinales, entre otros.

1.2.7 Problemas Territoriales

En la Tabla 4 se realiza un análisis territorial de la problemática del territorio basado en el PDOT de San Joaquín:

Tabla 4: Análisis territorial

SUBSISTEMA TERRITORIAL	PROBLEMÁTICA	NIVEL DE RELEVANCIA	IMPACTO TERRITORIAL
1. Medio físico	Contaminación del suelo debido a actividades humanas.	ALTO	Degradación del suelo y pérdida o reducción de sus funciones.
	Pérdida de áreas boscosas por actividades relacionadas con la expansión de proyectos urbanísticos que afectan al paisaje y la calidad del aire.	ALTO	Pérdida paulatina de la calidad del aire, debido a la pérdida de zonas verdes.
2. Población y asentamientos humanos	Migración.	MEDIO	En este punto la Migración en la parroquia de San Joaquín es muy marcada debido a que la falta de fuentes de trabajo impulsa a los pobladores a dejar el territorio.
3. Económico	Falta de plazas de empleo	MEDIO	La falta de empleo es un problema económico latente en el territorio, debido a que por temas de migración muchas personas han optado por no emprender en la zona descuidando así la actividad económica.
4. Patrimonio y cultura	Ausencia de atractivos arquitectónicos.	MEDIO	Al ser una comunidad pequeña no se ha atendido el tema de reconstrucción o construcción de lugares arquitectónicos, esto haciendo que se pueda perder el interés por partes de turistas.
	Introducción de modas extranjeras	BAJO	La cultura y tradiciones de la parroquia se ven amenazadas por las introducciones de modas extranjeras que viene adheridas a nuestros migrantes.

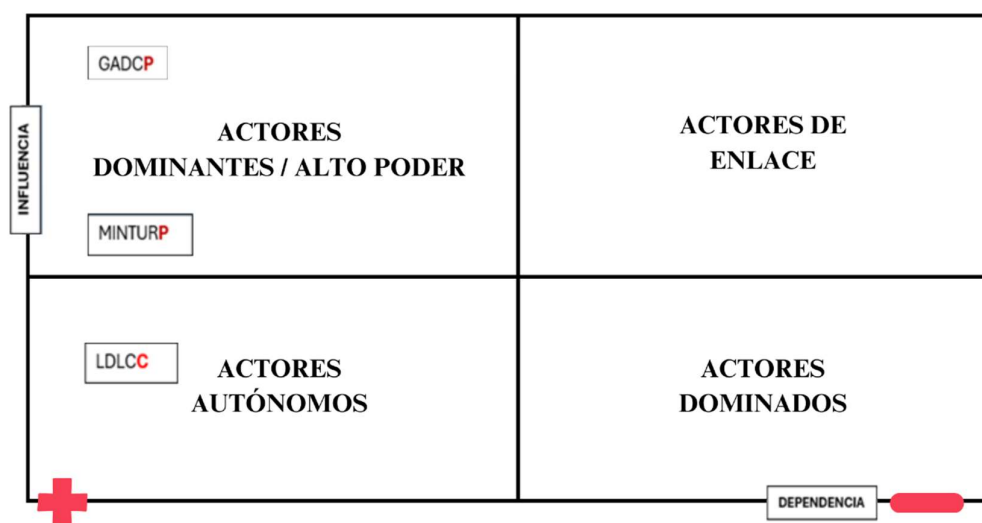
1.2.8 Ecosistema de actores territoriales y de la cadena de valor turística

Para poder realizar la matriz de ecosistema se detallara a cada uno de los actores, en primera estancia se ha colocado a los dominantes en el cual se ha posicionado al GAD de la parroquia de San Joaquín y al ministerio de turismo porque son actores que tienen mucha influencia en el territorio y no dependen de ningún actor más.

Ahora como segundo punto se ha colocado como actores autónomos a los líderes de la comunidad de Cañaño debido a que ellos no dependen de los dominantes, pero tampoco influyen en los otros.

En conclusión, se ha colocado solo tres actores debido a que Cañaño es una comunidad muy pequeña y difícil de que se formen nuevos ecosistemas de actores porque el territorio cuenta con personas que no les gusta depender de nadie más que no sean ellos.

Figura 10: Actores territoriales



1.3 PLANTA TURÍSTICA E INFRAESTRUCTURA

1.3.1 Vialidad y transporte

Red vial terrestre: La comunidad de Cañaño, ubicada en la parroquia de San Joaquín y a 12 km del parque Calderón en la ciudad de Cuenca, cuenta con una vía de acceso de tercer orden, lo que implica un tiempo de viaje de aproximadamente 28 minutos. El recorrido partiría desde la catedral vieja, pasando por Av. Solano, Primero de Mayo, Tennis Golf Club, hasta llegar a San Joaquín y finalmente a Cañaño. La empresa encargada de gestionar este servicio es OperAzuay, que planea realizar un recorrido diario

hacia la comunidad. El costo por persona será de \$6, con la meta de alcanzar los 12 ocupantes por viaje, lo que generaría un total de \$72 por recorrido.

Figura 11: Ruta Terrestre Comunidad de Cañaro



Fuente: Imagen tomada de Google maps, 2024

1.3.2 La oferta de servicios turísticos

Alojamiento: Aunque la comunidad de Cañaro carece de servicios de alojamiento, en San Joaquín contamos con una opción conveniente para los turistas: la cabaña "Las Manzanas", situada a solo 0,6 km del centro de San Joaquín. El precio por noche es de \$61 dólares para dos adultos. Dado que nuestra experiencia está diseñada como un viaje de día completo, el alojamiento se convierte en un factor secundario de importancia.

Figura 12: Servicio de Alojamiento



Fuente: Tomado de Booking, 2024

Alimentación: La comunidad de Cañaño no cuenta con restaurantes sin embargo en San Joaquín contamos con algunos, entre estos podemos mencionar los siguientes:

- El Tequila de San Joaquín Restaurante, ubicado en la avenida Carlos Arizaga Vega, calificado con 4 estrellas.
- Restaurante Los Maderos, ubicado en la calle Monseñor Leonidas Proaño, con 4 estrellas de calificación.
- Restaurante Taitico ubicado en la vía a Soldados, con 4,6 estrellas por su servicio.

1.3.3 Servicios complementarios

En la comunidad de Cañaño, numerosas mujeres y familias se dedican con pasión a la fabricación de sombreros de paja, macanas con lana de borrego, sillas de montar, alforjas y otras valiosas artesanías. Además, en el ámbito gastronómico, son reconocidos por sus exquisitos cuyes, carnes asadas, locros y más.

Sin embargo, estas prácticas tradicionales enfrentan una amenaza por parte de las nuevas generaciones, que están siendo influenciadas por las modas extranjeras que poco a poco van ganando terreno en la región. Es fundamental preservar y valorar estas artesanías y tradiciones locales, que forman parte importante de la identidad cultural de Cañaño.

CAPÍTULO II

PROPUESTA DE EXPERIENCIA.

2.1 Definición y alcance metodológico.

2.1.1 Segmentación del mercado y competencia.

Para la definición de la segmentación de mercado potencial se consideró definir según las edades de los clientes potenciales un perfil generacional, que permitiera describir sus características demográficas, estilos de vida, gustos y preferencias, entre otras variables que permitieran determinar un potencial perfil sobre el cual se establecería la propuesta de valor de la experiencia y el respectivo modelo de negocio de la propuesta de experiencia turística.

Para la definición de la competencia se realizó un estudio exploratorio sobre competidores directos e indirectos con la experiencia considerando los siguientes criterios de caracterización:

- Micro segmentación: En este criterio lo que se ha realizado es basarse en algunas entrevistas a futuros clientes para así poder segmentar un grupo pequeño y específico el cual servirá de ejemplo del mercado al que apuntamos.
- Rango de edades seleccionada: Después de la microsegmentación se hicieron encuestas a varias mujeres en las cuales su edad nos iría dando pautas para el manejo de actividades en el emprendimiento
- Perfil generacional: Se llevo a cabo un estudio sobre el perfil generacional de las mujeres entrevistadas llegando a la conclusión de que la generación X y Millenials son la mayoría.

Ahora bien, para la segmentación de la competencia se consideraron también algunos criterios como los siguientes:

- Lugar de oferta: En este criterio se analizaron los lugares en los que la competencia se desarrolla mas cercanos a el territorio.
- Capacidad de gestión: En este punto se analizó cuantas personas se pueden aceptar dentro de la experiencia para así comparar y mejorar
- Elementos que incluye: Para este criterio se tomaron en cuenta los elementos diferenciadores de cada uno de los lugares.

- Idioma en que se oferta: Este criterio es muy importante debido a que el idioma es parte fundamental de la experiencia y la comparación es importante para superar las expectativas.

2.1.2 Propuesta de valor.

Para la definición de la propuesta de valor esta se basó en la metodología de CANVAS modelo de Negocio en la estructura del emprendimiento ya que gracias a este mapa hemos comprendido cuál es el patrón de comprensión de valor de los potenciales clientes, entre estos instrumentos pudimos analizar las ganancias, dolores y actividades de los clientes para así generar una experiencia placentera e inolvidable, en conclusión la propuesta de valor es el conjunto de razones que se da como prestador al cliente para que nos elija incluyendo que vean el producto diferenciador que se presenta. (Osterwalder & Pigneur, 2010).

En cuanto al modelo CANVAS el cual es empleado en los mapas de empatía nos hemos basado en la siguiente estructura:

- Observar a la competencia y a los clientes.
- Diseñar la experiencia según los estudios de la competencia.
- Encajar la información en nuestro proyecto.
- Validar cada una de las opciones planteadas.
- Ajustar la información a nuestro proyecto según los perfiles del cliente.

Después de haber seguido estos pasos se propuso nuestro mapa de empatía y nuestra propuesta de valor.

2.1.3 Diseño de experiencias

El diseño de experiencias se basó en los siguientes pasos:

Conoce a tu público: Las características de los clientes dependerá del destino o región en base a lo que se lograría identificar en base a las necesidades y deseos. Sus niveles económicos son altos o bajos son extranjeros o nacionales

Conoce el entorno: Se enfocaría en lo siguiente:

- Localidad y región
- La identificación de los productos que se generen en la zona
- Atractivos turísticos de la zona y localidades cercanas

- Identifica los eventos o fiestas culturales

Conoce a tu competencia:

- Aquí nos habla de conocer a nuestros competidores y en qué consiste una oferta.
- Averiguar sobre otras experiencias turísticas.
- Identificar actividades temáticas o estrategias que esté utilizando la competencia.
- Tratar de investigar nuevas experiencias turísticas similares.
- Se pueden establecer acuerdos con la competencia para generar productos complementarios.

Como definir las bases de tu experiencia: Una vez que definas las bases de tu experiencia estarás en condiciones de definir las características esenciales de la experiencia que ofrecerás:

- Definir a los principales segmentos de público, como mujeres que viven una vida rutinaria.
- Identificar las necesidades de tu público (ponerme en sus zapatos) hacerle una serie de preguntas como por ejemplo ¿Dónde vive? ¿Qué siente? ¿Qué le emociona?
- Definir los objetivos de la experiencia.

Define acciones y roles para cada episodio: En este proceso me pongo en el lugar del visitante imaginándome en lo que es más atractivo para ella.

- Decide qué tan pautadas serán las acciones.
- Diferencia la naturaleza e identidad de cada episodio, si es posible evita repeticiones mecánicas.
- Recuerda diseñar transiciones entre un episodio y otro, para garantizar la fluidez de la experiencia.
- Renuncia a comunicar demasiados temas y a contar todo en detalle.
- Las acciones se definen. La duración, los roles de guía, los contenidos.

Diseña lugares, relatos y demás elementos: Recuerda a cada uno de estos detalles pueden lograr unas experiencias únicas:

- Decorar el lugar auténtico para tener una experiencia única.
- Escoger un equipo instrumental apropiado para la experiencia que nos de seguridad y comodidad para los visitantes.

- Considera de tematizar tus instalaciones, con imágenes textos, elementos decorativos que expresen tu narrativa.
- Asegúrate que tu guía domine los idiomas requeridos.
- Considera dotar de algún tipo de uniforme o distintivo a tu personal.

Experimenta tu experiencia:

- Aquí tenemos en qué debo invertir, cuánto personal tengo que reclutar, qué dinámicas incluiría mi experiencia.
- Ejecuta proyectos de arquitectura, esto es mobiliario, equipamiento, elaboración de contenidos, preocuparse de cada detalle decorado que estos pueden hacer la diferencia

Implementa tu plan de promoción: Aquí tendríamos que ver que mi mensaje sea el adecuado, mis canales de comunicación sean precisos y estén generando suficiente información.

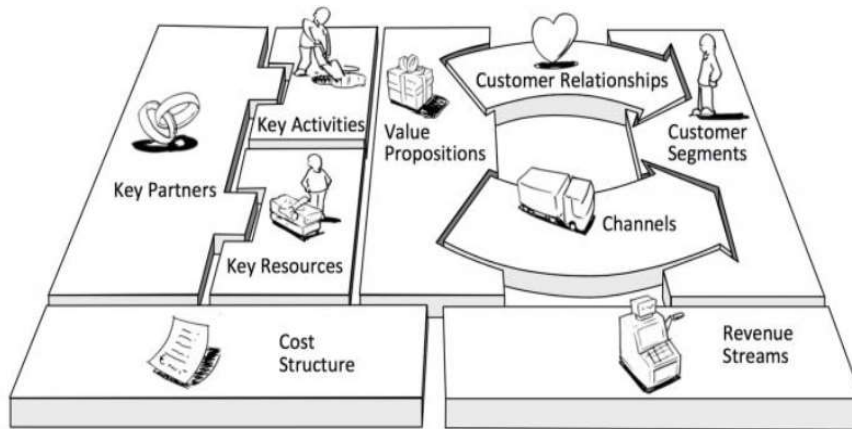
- Cuida tu promoción aquí influye mucho mi diseño, comparar tus publicaciones con tus competidores asegúrate que tu posicionamiento en relación con ellos sea el que tu desees.
- Informa sobre el camino de accesibilidad, posibles riesgos, vestimenta adecuada.
- Evita de fotografías falsas eso nos pueden dar falsas expectativas que no se podrá cumplir.
- Determina el precio adecuado a tu experiencia y la que ya oferta que pongas puede ser llamativa.
- Escoge los canales de comunicación, considera participar en las redes sociales de viajes.

Evalúa y corrige:

- Las preguntas que nos debemos hacer son ¿Cuál es el estándar de calidad, ¿cuáles son las metas, que debo hacer para mejorar?
- Mantén estándares altos, ser auto crítico ponerse metas altas ya que estos te pueden dar muy buenos resultados, evalúa tu experiencia en términos globales.
- Podemos realizar encuestas y entrevistas, si dichas herramientas no te sirven formula nuevas hasta alcanzar una mejor comprensión de tus visitantes.

Establece el modelo de negocio y propuesta económica:

Figura 13 Modelo de Negocio y propuesta económica



Fuente: (Osterwalder & Pigneur, 2010, pág. 6)

El modelo de negocio describe cómo una empresa crea, entrega y captura valor. Incluye todos los elementos clave que definen cómo opera una empresa y cómo genera ingresos. Algunos de los componentes comunes de un modelo de negocio incluyen:

Segmentos de Cliente: Los grupos de personas o empresas a los que la empresa quiere servir.

Propuesta de Valor: La promesa única que ofrece la empresa a sus clientes para resolver sus problemas o satisfacer sus necesidades.

Canales de Distribución: Los medios a través de los cuales la empresa entrega su producto o servicio a los clientes.

Relaciones con los Clientes: Cómo la empresa interactúa con sus clientes para adquirir, retener y fidelizarlos.

Fuentes de Ingresos: Las diferentes formas en que la empresa genera ingresos, ya sea mediante la venta de productos, servicios, suscripciones, publicidad, etc.

Recursos Clave: Los activos necesarios para operar el negocio, como capital humano, tecnología, infraestructura, etc.

Actividades Clave: Las acciones fundamentales que la empresa realiza para llevar a cabo su modelo de negocio.

Socios Clave: Las alianzas y colaboraciones que la empresa necesita para fortalecer su propuesta de valor y operaciones.

Estructura de Costos: Todos los gastos asociados con la operación del negocio, incluidos costos fijos y variables.

La propuesta económica se centra en los aspectos financieros de un negocio y cómo se espera que genere ganancias y crecimiento. Algunos elementos importantes de una propuesta económica son:

Análisis de Mercado: Evaluar la demanda del mercado, la competencia y las tendencias para comprender el potencial de ingresos.

Proyecciones Financieras: Estimar los ingresos, costos y ganancias esperadas durante un período de tiempo específico.

Estrategia de Precios: Determinar cómo se fijarán los precios de los productos o servicios para maximizar los ingresos y la rentabilidad.

Estrategias de Financiamiento: Identificar cómo se financiará el negocio, ya sea a través de inversores, préstamos, capital propio, etc.

Gestión del Flujo de Efectivo: Planificar cómo se administrarán los flujos de efectivo entrantes y salientes para garantizar la solvencia y la continuidad del negocio.

Estrategias de Crecimiento: Definir cómo se expandirá el negocio para aumentar los ingresos y la participación en el mercado a largo plazo.

2.2 Definición de la propuesta de valor de la experiencia.

La propuesta de diseño de experiencias turísticas y relajación en la comunidad de Cádiz para mujeres en búsqueda del bienestar mental, es un proyecto focalizado en un segmento de mercado específico que es el femenino, cuyos grupos oscilan entre los 25 y 50 años de edad, este se desarrollará en la parroquia de San Joaquín comunidad de Cádiz.

Después de la visita a la comunidad de Cádiz y una vez realizadas las entrevistas, se visibilizó la importancia del convivir entre mujeres y los beneficios que brinda la naturaleza, así se decide elaborar una “Propuesta de diseño de experiencias turísticas y relajación en la Comunidad de Cádiz para mujeres en búsqueda de bienestar mental”, que para efecto de esta investigación se le denominara “Huarmi Experience”, en la cual se aprovechara los espacios naturales y la sabiduría de las mujeres de la comunidad para

implementar paquetes especializados en el alivio del cuerpo y el alma, alejando a las visitantes de la vida cotidiana.

“Huarmi Experience” será un paquete turístico full day, ya que va enfocado sobre todo a mujeres que necesiten desconectar de sus ocupaciones diarias, mujeres trabajadoras, madres de familia, amas de casa, que generalmente no pueden dejar sus actividades por mucho tiempo, en el full day se desarrollaran actividades como: Visita a huertos orgánicos, visita a la cascada de Cañaño y ritual de limpia energética, charlas y compartir entre visitantes y mujeres de la comunidad, sesión de relajación y armonización en el bosque, presentación de productos realizados con ingredientes locales.

El proyecto busca ser un instrumento para futuras emprendedoras y la activación económica y turística de la comunidad de Cañaño.

2.1.1 Segmentación del Mercado

Para la segmentación se ha realizado un sondeo de mercado a partir de territorios de proximidad y aquellos que tienen una cultura de visita al ciudad de Cuenca, considerando además las necesidades de las mujeres ecuatorianas, llegando a identificar un perfil generacional que nos brinde información sobre datos demográficos, estilos de vida, gustos y preferencias, entre otras variables que permitieron determinar un perfil potencial de turista, obteniendo los siguientes resultados a nivel nacional la cuota es del 35% porque en las ciudades de fuera la salud mental de las mujeres se ha vuelto una prioridad cosa que a nivel de la provincia del Azuay recién se está implementando, representando el 45% y en el cantonal el 20% debido a que las mujeres de las comunidades no saben cómo utilizar y aprovechar sus saberes. Los resultados se pueden visibilizar en el Anexo 1.

Así también se dieron los resultados generacionales los cuales se pueden visualizar en la tabla 6 que son 25% respecto a generación Millenials con un rango de edad de 25-29, 56% generación X con un rango de edad de 40-44 años, 19% generación X de igual manera, pero con rangos de edad de 50 a 54 años.

Como conclusión se llegó a que las generaciones X y Millenials son las generaciones que serían potenciales clientes del proyecto.

Tabla 5: Segmentación del Mercado

	SEGMENTO	CUOTA MERCADO	JUSTIFICACIÓN
Nacional: 35%	Quito	10,0%	Como ciudad capital, las mujeres son más innovadoras y preocupadas por su bienestar.
	Guayaquil	15,0%	Esta ciudad aparte de estar cerca de nuestro territorio, las mujeres son más curiosas y atrevidas al momento de probar algo nuevo
	Machala	5,0%	En el caso de las mujeres de Machala no le damos mucho porcentaje ya que según consultas ellas prefieren otro tipo de actividades.
	Loja	2,0%	En el caso de Loja ellas todavía son muy pegadas a la cultura de ser amas de casa, no salen de su zona confort
	Azogues	3,0%	En el caso de Azogues le ponemos este porcentaje ya que la mayoría viven aquí en Cuenca y el resto de mujeres son adultas mayores
Local 65,0%	Camilo Ponce Enríquez	0,5 %	Por el tema social y de cercanía se les complica llegar al territorio
	Paute	16,0%	Las mujeres tienen mayor accesibilidad al territorio y el tema económico les ayuda
	Gualaceo	20,0%	por la cercanía también el tema cultural y el tema económico se hace más fácil llegar al territorio
	Sevilla de Oro	2,5%	En este sector no es tan compartida la idea ya que la sociedad femenina es más hermética todavía
	Santa Isabel	5,0%	Aquí es más el tema de la cercanía que no llegarían muchas mujeres.
	San Fernando	1,0%	En este sector las mujeres se dedican más a la agricultura y no lo ven como una salida de la monotonía
	Cuenca	11,00 %	Las mujeres están dispuestas a invertir en su salud mental y física
	El Valle	3,0%	Las mujeres todavía experimentan problemas con dejar a la cabeza de familia sola.
	Turi	1,0%	En este sector están enfocados solamente en agro proyectos no priorizan su bienestar.
	Sayausi	1,0%	Las amas de casa tienen miedo de salir ya que sus costumbres son muy marcadas
	San Joaquín	3,0%	Por la cercanía y el compartir de saberes y costumbres se hace más fácil
Molleturo	1,0%	La distancia es un tema complicado ya que generaría más gasto.	

Perfil Generacional

Para esta propuesta es importante analizar el perfil generacional de las visitantes, para utilizar los gustos y preferencias para mejorar la oferta que se brindará, las preguntas del estudio que el equipo ha diseñado se encuentran en el Anexo 1.

Tabla 6: Perfil Generacional

Micro Segmentación	Rango de edades seleccionada	Perfil generacional (Baby Boomer, Generación X, Millenials, Generación Z)	
25%	25-29 años	Millenials	Suelen ser bastante sinceros con la gente que los rodea y su entorno en general, sería muy útil en los temas tecnológicos ya que ellos cuentan sus experiencias a través de redes y eso es publicidad gratuita.
56 %	40-44 años	Generación X	Generación con mayor interés por el cuidado del medio ambiente y demandan productos ecológicos y sostenibles.
19%	50-54 años	Generación X	También es muy complicado que tengan disgustos sobre lo que visitan.

2.1.2 Perfil de la competencia a nivel nacional

En la presente tabla exponemos algunos de los negocios relacionados con el diseño de experiencia turística que se propone desarrollar en la comunidad de Cádiz, según el levantamiento de información que se ha realizado este tipo de propuestas se van haciendo más comunes en el país, a continuación, se presenta una matriz con detalles de la competencia a nivel nacional:

Tabla 7: Análisis de la Competencia

Experiencia	Lugar de oferta	Capacidad de gestión	Elementos que incluye	Idioma en que se oferta	Duración	Descripción
Sound Healing	Cuenca-Ecuador	8 personas	Hidratación, meditación, yoga, sanación.	Inglés Español	4 horas	Sound Healing es una experiencia que se realiza cada cierto tiempo en diferentes espacios, enfocada en que las mujeres conecten su cuerpo con su alma, liberar emociones a través de Yoga, meditación, escritura consciente y lectura.
Daterra Experience	Tena-Ecuador	12 personas	Reconexión y Ciclicidad	Inglés Español	6 horas	Data Experience es un espacio el cual permite a los turistas y propios desconectarse del mundo exterior a través de meditación y distracciones en el medio de la naturaleza.
Sadhana Yoga	Guayaquil-Ecuador	30 personas	Yoga y bienestar	Español	3 horas	Sadhana yoga es un congreso el cual está enfocado solo en mujeres, es dictado por un grupo de expertas en yoga y en meditación con el objetivo de compartir saberes ancestrales que ayuden a más personas a salir de rutinas.
Camping mujer mariposa	Guayaquil-Ecuador	20 personas	Senderismo meditación, crecimiento emocional y sororidad	Inglés-español	24 horas	Camping mujer mariposa es un espacio el cual se realiza cada 3 meses convocando a mujeres que estén dispuestas a salir de su zona de confort en la cual realizarán actividades totalmente vivenciales en medio de la naturaleza, además de una noche en conexión con el fuego acompañadas de más mujeres.
Healing center	Cuenca-Ecuador	12 personas	Temazcal, yoga, meditación, retiros.	Inglés-español	12 horas	Healing center es un espacio de desarrollo personal en el cual se está acompañado de expertos en sanación y meditación a nivel espiritual.

Bhakti yoga	Olón-Ecuador	15 personas	Yoga, sanación energética, alimentación consciente, reiki cristal	Inglés-español	5 horas	No solo realizan actividades en el lugar que ellos tienen destinado para estas actividades, si no también lo hacen al aire libre depende la cantidad de gente inscrita en sus rituales. Bhakti yoga es un retiro que se hace cada cierto tiempo en Olón provincia de Santa Elena en donde personas especializadas en el ámbito de meditación comparten sus saberes y ayudan a muchas personas a sanar y limpiar su energía, a relajarse y encontrar paz interna frente al mar.
Mushuk Nina	Quito-Ecuador	20 personas	Meditación, florecimiento, yoga, temazcal.	Inglés-español	6 horas	Mushuk Nina es un grupo de mujeres expertas en medicina ancestral y meditación encargada de realizar retiros en la naturaleza enfocada especialmente en personas con bloqueos emocionales, estas mujeres los ayudan a través de sanación energética, meditación y actividades al aire libre.

2.1.3 Propuesta de valor de la experiencia turística

La propuesta de valor de la experiencia turística se realizó a partir de la segmentación y competencia del mercado, después de analizar la demanda y competencia, se llegó a la conclusión de que el proyecto de experiencias en la comunidad de Cañaño es viable, ya que hoy en día muchas mujeres han logrado autonomía al momento de buscar salida a la monotonía diaria que llevan y buscan nuevas formas de desconectarse de la vida cotidiana.

Este proyecto se desarrollará en un tiempo de 6 horas es por eso que se decidió denominarlo como un “full day”, ya que Cañaño no cuenta con hospedaje en la comunidad, pero cuenta con espacios para realizar actividades al aire libre durante el día.

Si bien la propuesta es similar a la de muchos negocios que se han tomado en cuenta como referencia, el valor añadido que va a tener es la autenticidad de lo ancestral a cargo de las personas propias de la comunidad; con las terapias de sanación dentro del bosque de Cañaño, las limpiezas energéticas en la cascada de la comunidad, las charlas a cargo de la mujeres mayores, la presentación de los productos orgánicos a base de plantas medicinales del sector y la tranquilidad que transmite el paisaje en el que se desarrollará la experiencia, a continuación, basándonos en encuestas que se han realizado a varias mujeres presentaremos el perfil de los potenciales clientes que están dispuestos a disfrutar de esta experiencia.

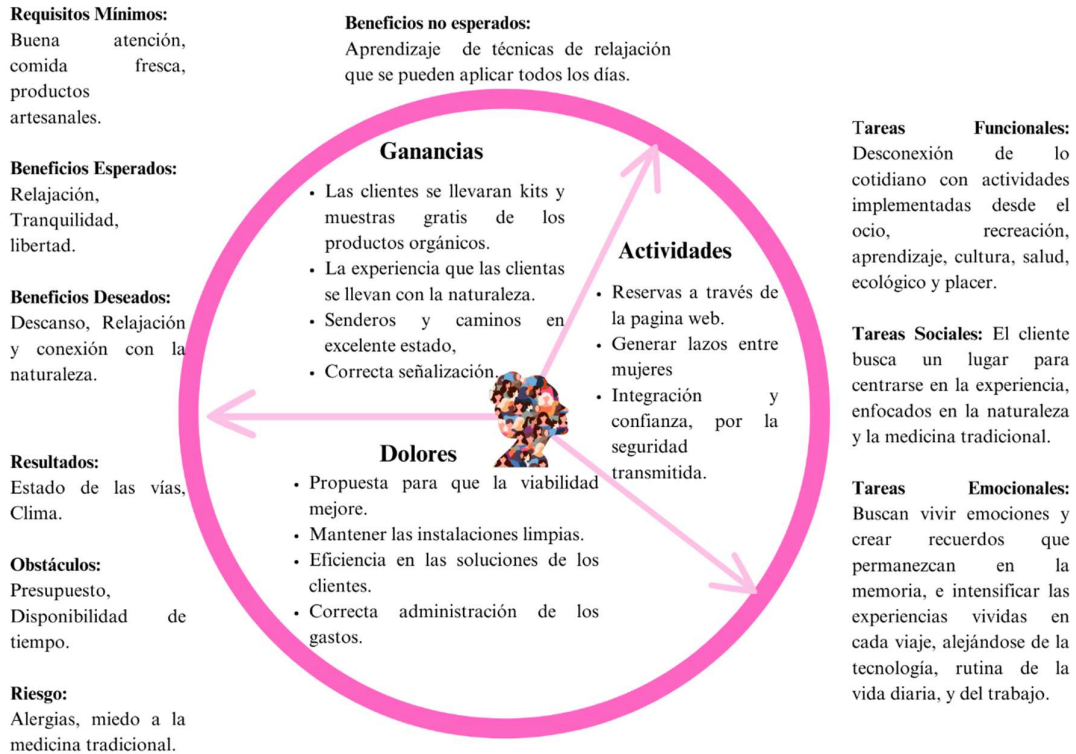
- **Edad:** 27-55 años.
- **Gustos- preferencias:** Va enfocado a mujeres que les guste y estén dispuestas a salir de la ciudad, que disfruten de las actividades en la naturaleza y que quieran priorizar su salud mental.
- **Nivel económico:** Medio – Medio alto.
- **Estado civil:** Solteras, casadas y divorciadas.
- **Usos y costumbres:** Salir del confort o rutina diaria, tener una conciencia sobre la importancia de la salud mental de las mujeres y tener una mentalidad abierta para que sea más fácil absorber conocimientos.
- **Posicionamiento ideológico:** El posicionamiento ideológico que deberían tener las clientes sería por el momento indistinto, sin embargo, nos enfocaremos más hacia las mujeres que creen que pueden sanar de cuerpo y alma con la ayuda de la naturaleza.

2.1.4 Determinación del Mapa de Empatía

En el mapa de empatía se realizó a partir de la segmentación del mercado y competencia directa e indirecta, se analiza el beneficio percibido desde la perspectiva del cliente. Es fundamental resaltar que las turistas recibirán un kit que contiene muestras gratuitas de los productos orgánicos elaborados por la comunidad durante su visita.

Es también importante recalcar el análisis de las actividades que se plantean para que el cliente se sienta satisfecho con la experiencia desde el primer contacto que son las reservas, estas serán gestionadas a través de una página web muy amigable, y por último el análisis de los dolores que se ha realizado se ha propuesto trabajar en la mejora de los espacios para que las clientes se sientan seguras hasta el final.

Figura 14: Mapa de empatía de la experiencia basado en la segmentación y competencia



2.1.5 Propuesta de valor y modelo de negocio.

La propuesta de valor de este proyecto está basada en poder brindar un servicio al cliente diferenciado, por el momento no está proyectado un producto turístico auxiliar o secundario sino más bien básico en el que se brindara servicios de sanación mental y física aprovechando los recursos naturales que tenemos en el territorio.

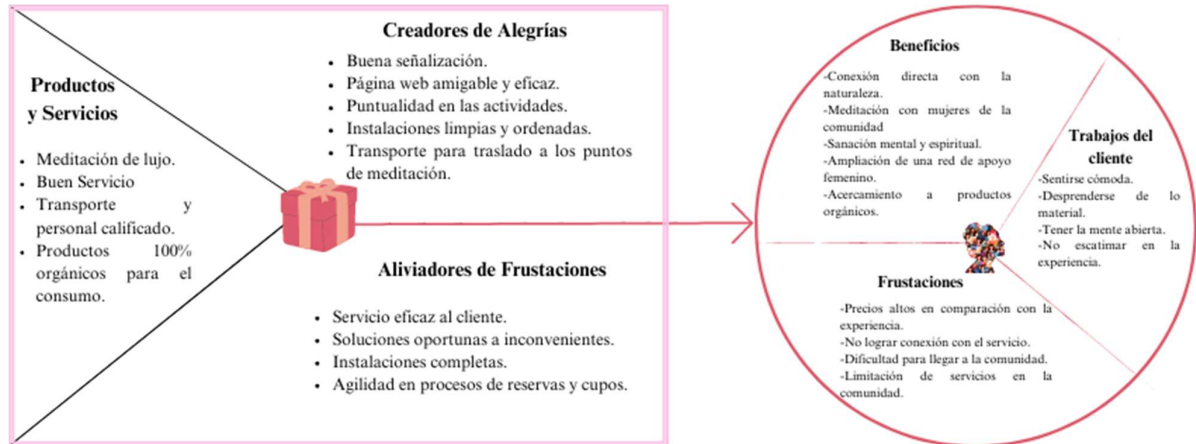
A diferencia del ejemplo de competencia directa que se analizó, “Huarmita Experiencie” tiene como servicio diferenciador a la naturaleza y las propiedades que brinda, la propuesta promueve implementar una correcta señalización y adecuación de senderos y espacios en donde se proponen cada una de las experiencias en la siguiente ilustración se observa un mapa de propuesta de valor en el cual se detallan los productos y servicios, los creadores de alegrías, aliviadores de frustraciones.

Como creadores de alegría en la propuesta de valor en general se ha considerado como parte primordial la comodidad del turista manteniendo orden, limpieza y claridad en la viabilidad para que así su experiencia de trayecto sea la mejor, en cuanto a los aliviadores de frustraciones se ha tomado en cuenta darle empuje al servicio al cliente por

parte de los actores de la comunidad así generando soluciones eficaces a cualquier tipo de inconvenientes que se presenten.

Por último en productos y servicios se ofrecerá un paquete que no solo cuente con meditación de lujo acompañada de un servicio de calidad si no también con instalaciones completas, transporte y personal calificado para que la experiencia ofrecida sea de calidad.

Figura 15: Propuesta de Valor



2.2 DISEÑO DE LA EXPERIENCIA TURÍSTICA.

2.2.1 Definición narrativa de la experiencia.

La propuesta de diseño de experiencia turística y relajación en la comunidad de Cáñaro para mujeres en búsqueda del bienestar mental “Huarmi Experience” pretende conseguir que los turistas se sientan en paz con las actividades a realizarse gracias a un acompañamiento adecuado por parte de las mujeres de la comunidad, además esta propuesta busca que los clientes estén dispuestos a desprenderse de todo lo material por un lapso de 6 horas para que las actividades programadas puedan surtir efecto en ellos logrando así que esta experiencia sea inolvidable.

2.2.2 Identificación de elementos territoriales únicos dentro de la experiencia.

La comunidad de Cáñaro no cuenta con atractivos turísticos de renombre ni atractivos arquitectónicos de una jerarquía alta, sin embargo, cuenta con recursos naturales los cuales son idóneos para la experiencia que se desea implementar en la comunidad, estos son el bosque, la cascada y el paisaje con las montañas.

Agregando a lo anterior los huertos orgánicos de la comunidad son pieza clave para el desarrollo del proyecto ya que de estos saldrá la materia prima para la elaboración de productos orgánicos, entre ellos shampoo, jabones y aceites a base de plantas medicinales.

En conclusión, Cádiz es una comunidad que posee un importante potencial turístico en el cual se puede aprovechar la naturaleza y conocimientos en medicina ancestral para desarrollar emprendimientos enfocados en turismo de bienestar, a continuación, se adjunta una matriz en la cual se detallan los elementos únicos, su caracterización, escala, reconocimiento territorial y medio.

Tabla 8: Matriz de elementos únicos

ELEMENTOS UNICOS DEL TERRITORIO	CARACTERIZACIÓN	ESCALA	NOMBRE DE LA LOCALIDAD	RECONOCIMIENTO TERRITORIAL	MEDIO
Cuevas de Cádiz	Estas son unas cuevas rocosas, que se encuentran al final de la comunidad en la cual nos dicen que habita un duende que cuida el oro que se encuentra en la comunidad, y es por eso que la gente tiene miedo de ir.	Parroquial	Cádiz	Este elemento único del territorio solo tiene reconocimiento por parte de los pobladores de Cádiz	Digital, por parte de una cartelera cultural y Prensa
"La última tejedora"	Es un lugar en el que reside una de las últimas tejedoras de lana de borrego, y es un negocio desde hace 3 décadas, entre estos artículos están; ponchos, alforjas, gorros etc.	Parroquial	Sayausi	No tiene por el momento algún reconocimiento importante aparte del de la comunidad.	Digital, prensa, boca a boca, por trípticos.
Cestería	En este lugar se fabrican artesanías tejidas a base de fibras vegetales como la totora, palma y carrizo.	Parroquial	San Joaquín	Reconocimiento por parte de los concejales de la parroquia por los años que se viene practicando la cestería.	Digital, prensa, boca a boca, por trípticos.
Río Dudahuaico	Por la pureza del agua está considerado como un lugar muy importante que nace del río Tomebamba	Cantonal	Sayausi	No tiene por el momento algún reconocimiento importante aparte del de la comunidad.	Digital, prensa, boca a boca, por trípticos.
Molinos de chocolate	Cristo del Consuelo se caracterizó siempre por su aroma muy particular ya que muchas familias procesaban el cacao para hacer chocolate	Provincial	San Joaquín	Este tiene un reconocimiento a nivel mundial como "origen del cultivo del cacao"	Plataformas virtuales y páginas web
Mirador de verde Llano	Es un lugar increíble para hacer tracking y para disfrutar de la aventura, un cerro seguro para poder recorrerlo	Provincial	San Joaquín	No tiene por el momento algún reconocimiento importante aparte del de la comunidad.	Digital, por parte de una cartelera cultural y Prensa

2.2.3 Estructura de la experiencia turística.

La estructura que se ha planteado para tener éxito en el proyecto se basa en experiencias innovadoras las cuales se han analizado según las necesidades del cliente, cuyo objetivo es que las turistas vayan sintiendo que la naturaleza y lo que la tierra nos brinda tanto espiritual como físicamente es todo lo que necesitamos, que se sientan conectadas con las energías de la “Pachamama” y tengan la seguridad de que regresando, podrán sentir la seguridad y tranquilidad que la vida cotidiana no suele ofrecer. Esto se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 9: Estructura de experiencia turística

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA TURÍSTICA											
Episodio	Duración	Hito a desarrollar de la experiencia	Lugar de desarrollo	Descripción de la acción a desarrollar	Recursos a considerar para su óptimo desarrollo	Integración de elemento territorial único	Justificación de la integración	Descripción de la dimensión humana a estimular	Descripción del elemento sensorial a estimular	Mensaje trascendental hacia el visitante por parte del episodio	Mensaje trascendental hacia el visitante por parte de la experiencia
ANTICIPACIÓN	10 minutos	Experiencia neurotransmisora	Hogar o lugar de trabajo del turista	Se enviará una muestra de los shampoo artesanales, en un empaque de cabuya por cada compra del paquete turístico a través de la página web.	Recolección de productos seleccionados del sector y elaboración artesanal de los insumos.	Paisaje de la cascada de Cañaro.	El regalo estará acompañado de una carta de agradecimiento escrita a mano y de fondo una foto de las mujeres de la comunidad.	El regalo busca generar confianza y seguridad de la reserva realizada. Se buscará establecer la frase "mimarse sin culpa"	Olfato, tacto y vista. Al utilizar el shampoo.	El paisaje natural, como medio de escape a un lugar de relajación y escape de la monotonía	El mensaje que queremos transmitir a nuestras turistas es que se puede tener un estilo de vida más saludable a través de lo que la naturaleza nos brinda tanto en alimentación como en lo espiritual y mental, es por eso que nuestro slogan es “no seremos huella seremos polvo de estrella ”
PRESENTACIÓN	15 minutos	Bienvenida a las turistas	Comunidad de Cañaro	En la bienvenida se entregará un té de plantas medicinales de la comunidad y se les brindará una explicación de las actividades a realizar y una breve descripción del territorio.	Té de Valeriana, huarmis y líder de la comunidad.	Paisaje de la cascada de Cañaro.	La bienvenida será a las faldas de la cascada de Cañaro.	Sorpresa, ante la belleza de la cascada y confianza con las mujeres de la comunidad.	Vista, dado el paisaje que pueden ver apenas llegan. Al momento de tomar el té de Valeriana.	El orgullo de poder estar en un lugar tan puro y lejos de la contaminación auditiva.	

DESARROLLO	60 minutos	Ingreso a la cascada de Cãñaro y limpieza energética.	Cascada de Cãñaro	de	Los visitantes se adentraran en la cascada, para que con el agua puedan dejar todas sus energías malas.	Cascada de Cãñaro y Huarmis de la comunidad.	Paisaje de la cascada de Cãñaro.	El ritual de la limpia energética en la cascada busca liberar al ser humano de las malas energías, generando confianza y seguridad.	Alivio, el agua tiene poderes curativos y el ritual de la limpia generará una sensación de tranquilidad.	Tacto y oído al sentir la fuerza y el sonido del agua.	Poder sentir el poder de la madre tierra a través de algo tan simple como el agua.
CLÍMAX DE LA EXPERIENCIA	90 minutos	Ingreso al bosque de Cãñaro para la sesión de meditación.	Bosque de Cãñaro	de	Los visitantes serán dirigidos a un espacio en el bosque para una sesión de meditación y conexión con la naturaleza.	Bosque de Cãñaro, Huarmis de la comunidad, los mismos turistas.	Paisaje del bosque de Cãñaro.	Generar una sensación de confianza, tranquilidad y libertad.	Relajación, por el contacto directo con la naturaleza.	Olfato, tacto y vista, por el contacto con cada elemento de la naturaleza.	El mensaje es netamente espiritual, darse cuenta de que no se necesita más que de la tierra para sanar.
DESENLACE	35 minutos	Salida del bosque hacia la comunidad.	Comunidad de Cãñaro		Al final se dispondrá de una muestra con todos los productos realizados por las mujeres de la comunidad.	Comunidad de Cãñaro, líder de la comunidad y kit de productos orgánicos	Paisaje de la cascada de Cãñaro.	Se podrá comprar un kit de cuidado de belleza y cuidado con shampoo, jabones, cremas y aceites.	La funcionalidad de los productos, fidelizaran a los clientes.	Tacto, vista y olfato, con cada uno de los productos del Kit.	Los productos que nos brindan las manos de artesanas gracias a la madre tierra nos los merecemos, son un regalo.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10: Definición de episodios

ANTICIPACIÓN	DESARROLLO DE ACCIONES PREVIO AL INICIO DEL NÚCLEO DURO DE ACCIONES A DESARROLLARSE POR LA EXPERIENCIA
PRESENTACIÓN	DESARROLLO DE ACCIONES DE INICIO DE LAS ACCIONES DURAS DE LA EXPERIENCIA
DESARROLLO	EJECUCIÓN DE LAS ACCIONES CENTRALES PREVISTAS POR LA EXPERIENCIA
CLIMAX DE LA EXPERIENCIA	EJECUCIÓN DE LAS ACCIONES MÁS RELEVANTES PREVISTAS POR LA EXPERIENCIA Y QUE REPRESENTAN LOS MOMENTOS MÁS IMPORTANTES POR SU SIGNIFICADO O RELACIÓN DIRECTA CON EL MENSAJE CENTRAL QUE PRETENDE TRASLADAR LA EXPERIENCIA AL TURISTA
DESENLACE	EJECUCIÓN DE LAS ACCIONES FINALES QUE PREVE LA EXPERIENCIA

Fuente: Matriz de la estructura de la experiencia Jorge Amaya 2022

A continuación, se explica detalladamente la estructura de la experiencia propuesta:

Experiencia neurotransmisora: Como aporte de valor del episodio se enviará una muestra de los shampoos realizados por las personas de la comunidad a base de plantas nativas medicinales, en un empaque de cabuya artesanal por cada compra de nuestro paquete turístico a través de la página web del emprendimiento.

Bienvenida: Como aporte de valor del episodio al momento de llegar la turista a la comunidad, le estará esperando un grupo de mujeres las cuales entregará un té de una de las plantas medicinales propias de la comunidad para que empiecen a sentir la experiencia de la naturaleza al 100% después de esto el líder de la comunidad les indicara cual serán el plan de actividades y un poco de historia de la comunidad.

Ingreso a la cascada de Cãñaro y limpieza energética: Como aporte de valor del episodio Después de la bienvenida, las turistas se adentran a la cascada, para que con el agua puedan dejar todas sus energías malas.

Ingreso al bosque de Cãñaro para la sesión de meditación: Como aporte de valor del episodio Después de la limpia en la cascada las turistas serán dirigidas a un espacio en el bosque para una sesión de meditación y conexión con la naturaleza, se contarán experiencias y crean lazos muy íntimos con las turistas.

Salida del bosque hacia la comunidad: Como aporte de valor del episodio terminado la sesión de relajación otro grupo de mujeres esperará a las turistas para poder

ofrecer sus productos naturales para cuidado personal y después la despedida por parte del líder de la comunidad.

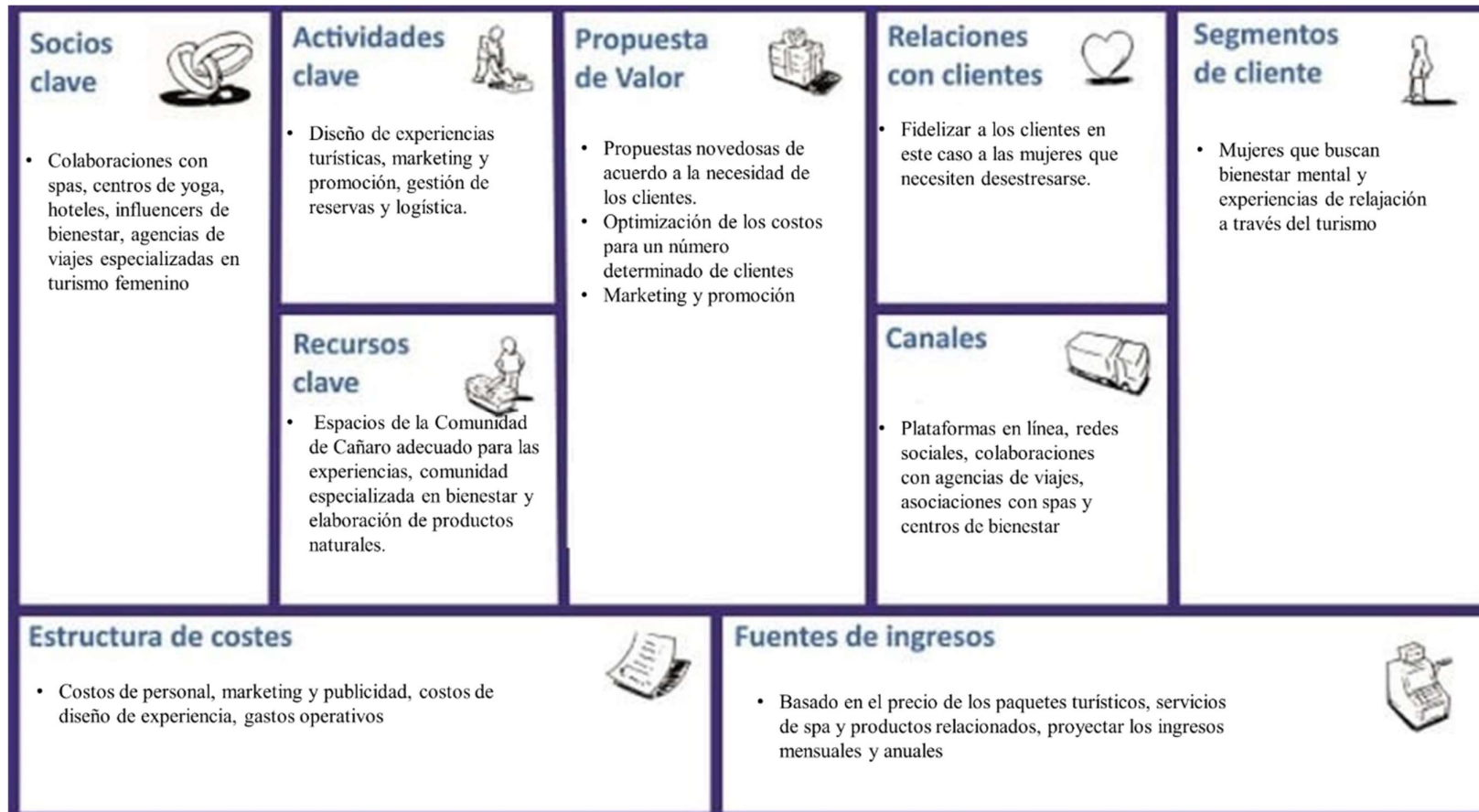
Como conclusión el aporte de valor de la experiencia hacia el visitante será transmitir a nuestras turistas que es posible tener un estilo de vida más saludable a través de lo que la naturaleza nos brinda tanto en alimentación como en lo espiritual y mental, es por eso que nuestro slogan es “no seremos huella seremos polvo de estrella.

2.2.4 Modelo de negocio y valoración económica

Modelo de Negocio: Para el modelo de negocio se han identificado los siguientes elementos claves para la propuesta, a continuación, se presenta un enfoque paso a paso:

- **Segmento de clientes:** Mujeres que buscan bienestar mental y experiencias de relajación a través del turismo.
- **Propuesta de valor:** Ofrecer experiencias turísticas diseñadas específicamente para el bienestar mental de las mujeres, con actividades de relajación, yoga, spa, etc.
- **Canales de distribución:** Plataformas en línea, redes sociales, colaboraciones con agencias de viajes, asociaciones con spas y centros de bienestar.
- **Relación con el cliente:** Personalizada y enfocada en el bienestar, atención al cliente antes, durante y después de la experiencia.
- **Fuentes de ingresos:** Venta de paquetes turísticos, servicios de spa y bienestar, productos relacionados con el entorno natural, con la relajación y el bienestar.
- **Recursos clave:** Espacios de la Comunidad de Cañaro adecuado para las experiencias, comunidad especializada en bienestar y elaboración de productos naturales.
- **Actividades clave:** Diseño de experiencias turísticas, marketing y promoción, gestión de reservas y logística.
- **Alianzas clave:** Colaboraciones con spas, centros de yoga, hoteles, influencers de bienestar, agencias de viajes especializadas en turismo femenino.
- **Estructura de costos:** Costos de personal, marketing y publicidad, costos de diseño de experiencia, gastos operativos.

Figura 16: Modelo de Negocio



Fuente: Rainy Carwash Canvas

Valoración económica:

Para la propuesta se considerará cómo generar ingresos y evaluar el valor económico del emprendimiento.

Estimación de Ingresos: Basado en el precio de los paquetes turísticos, servicios de spa y productos relacionados, proyectar los ingresos mensuales y anuales.

Costos y Gastos: Calcular todos los costos y gastos asociados con la operación del negocio, incluyendo costos de personal, marketing, suministros, etc.

Margen de Beneficio: Determinar el margen de beneficio esperado para cada línea de ingresos.

Proyecciones Financieras: Elaborar estados financieros proyectados, como el estado de resultados, el balance general y el flujo de efectivo, para evaluar la viabilidad financiera a corto y largo plazo.

Valoración del Negocio: Utilizar métodos de valoración como el flujo de efectivo descontado (DCF) o el múltiplo de ingresos para estimar el valor económico del negocio.

Análisis de Sensibilidad: Realizar análisis de sensibilidad para evaluar cómo los cambios en variables clave (como precios, costos, demanda) afectan la valoración del negocio, como se presenta en la tabla número 11.

Tabla 11: Presupuesto de la experiencia

PRESUPUESTO DE LA EXPERIENCIA	EXPERIENCIAS
	PAQUETE 1 FULL DAY PARA 12 PERSONAS
Costos Generales (I)	\$ 10
Guía especializado	\$ 15
Costos Individuales por experiencia (II)	\$ 10,00
Bebida de bienvenida	\$ 0,50
Termo recargable "logo emprendimiento"	\$ 2,50
kit de Productos Orgánicos	\$ 3,00
Refrigerios	\$ 2,00
Ingreso a huertos	\$ 4,00
Transporte ida y vuelta	\$ 8,00
Costos variables	\$ 9,00
Gastos de venta	\$ 6,00
Total costo de la experiencia	\$ 25,00
Utilidad (20%)	\$ 5,00
Precio de mercado del paquete	\$ 30,00

En los apartados anteriores se ha realizado una investigación previa del mercado para comprender las necesidades y deseos del cliente objetivo, y tener en cuenta los riesgos y oportunidades asociados con el negocio. Ahora bien, después de haber presentado el modelo de negocio del proyecto se presentará una tabla de los productos y experiencias presupuestadas para el emprendimiento.

Dentro de esta tabla de costos generales se encuentran:

- **Guía especializado:** el cual contará con la experiencia y certificado para guiar en la comunidad a los turistas, este se encargará de acompañar a los clientes desde el principio del recorrido hasta el final.
- **Bebida de bienvenida:** Esta bebida será una infusión de una de las plantas medicinales que se dan en el territorio como es la Valeriana, se ha elegido esta planta debido a que tiene un poder medicinal relajante.
- **Termo recargable:** Este termo se entregará al principio de la experiencia a cada una de las participantes el cual tendrá el logo del emprendimiento como sello de marca, será reusable para evitar la contaminación del ambiente con botellas plásticas.
- **Kit de productos orgánicos:** En este kit están incluidos una pequeña canasta de mimbre en la cual irá un jabón y una loción para las manos a base de plantas medicinales.
- **Refrigerio:** En el refrigerio viene incluido un sándwich con productos frescos de los huertos de la comunidad y una bebida fría de plantas medicinales.
- **Ingreso a huertos:** Dentro de la experiencia está la visita a los huertos de la comunidad esta genera costo debido a que por ser propiedad privada los encargados necesitan generar ingresos.
- **Transporte:** Contamos con una empresa la cual nos dará servicio de ida y vuelta a la comunidad la cual el punto de encuentro será el parque Calderón.

Con respecto a la valoración del proyecto se predice tener paquetes turísticos, servicios y productos relacionados con relajación, con esta remuneración se busca obtener los ingresos proyectados.

2.2.5 Normas y restricciones de la experiencia.

Al diseñar experiencias turísticas, es importante establecer normas y restricciones que garanticen un entorno seguro, inclusivo y que promueva el bienestar de todas las participantes. A continuación, algunas normas y restricciones:

Ambiente Seguro: Garantizar que todos los espacios utilizados para la experiencia sean seguros y acogedores, verificando además la seguridad física de cada lugar a ser utilizado.

Confidencialidad: Se debe respetar la privacidad de todas las participantes y no compartir información personal sin su consentimiento.

Respeto Mutuo: Fomentar un ambiente de respeto mutuo entre todas las participantes y la comunidad. Esto incluye escuchar activamente las opiniones de los demás, evitar juicios y tratar a todos con cortesía y amabilidad.

Consentimiento Informado: Obtener el consentimiento informado de todas las participantes antes de realizar cualquier actividad que pueda ser percibida como intrusiva o invasiva, como masajes o ejercicios de grupo.

Límites personales: Respetar los límites personales de cada participante y asegurarse de que se sientan cómodos y seguros en todo momento. Esto puede implicar permitir que los participantes opten por no participar en ciertas actividades o ejercicios si así lo desean.

Bienestar Emocional: Estar preparado para ofrecer apoyo emocional y recursos adicionales en caso de que algunas de las participantes experimenten angustia emocional durante la experiencia.

Cumplimiento Legal: Asegurarse de cumplir con todas las leyes y regulaciones pertinentes en cuanto a seguridad, protección del consumidor, salud y bienestar en la prestación de servicios turísticos y de bienestar.

Al establecer estas normas y restricciones, se puede crear un entorno que promueva la confianza, el bienestar y la satisfacción de las participantes, lo que contribuirá a una experiencia turística y de relajación exitosa y significativa, ahora como parte de normas también se ha analizado que el turista deberá venir preparado para esta experiencia como por ejemplo la manera de vestir, esta deberá ser cómoda y deberá incluir:

- **Zapatos de Caminata:** Estos deberán ser de caña alta que contenga al tobillo y que le dé al turista la flexibilidad lateral del pie.
- **Gorra para el sol:** De preferencia esta gorra deberá ser de material y fibras con factor de protección solar.
- **Casaca impermeable:** Está de preferencia que repele el agua.

Ahora bien, ya con las normas de vestimenta claras se recomendará a la turista que lleve lo necesario para su cuidado personal, toalla, protector solar y lo que necesite para sentirse segura en la experiencia.

2.2.6 Identificación de posibles impactos turísticos

El Turismo es una actividad que integra diferentes componentes como traslados, alimentación, alojamiento, entre otros, por lo tanto genera impactos positivos y negativos, en el caso de la propuesta se tomarán 3 ejes, económicos, sociales y ambientales, después de analizar cada uno de los impactos tanto positivos como negativos, se ha llegado a la conclusión que los que tienen más peso son los positivos debido a que la comunidad ha sido muy poco aprovechada y con el proyecto se va a dar un realce turístico considerable, ahora los negativos en general serían la masificación de los turistas ya que Cádiz es una comunidad pequeña, sin embargo será un factor bastante manejable, después de esta breve introducción se detallan los impactos en la siguiente tabla:

Tabla 12: Impactos Positivos y Negativos de la Actividad Turística

	IMPACTOS POSITIVOS	IMPACTOS NEGATIVOS
ECONÓMICOS	Aporte a la Economía de la Comunidad de Cádiz.	A largo plazo convertirá el emprendimiento en la única fuente de ingresos.
SOCIALES	Fortalecimiento del tejido social de la Comunidad.	Diferencia de opiniones y mala gestión de los ingresos, ocasionando malestares entre los involucrados.
AMBIENTALES	Conservación y recuperación de la naturaleza de la Comunidad de Cádiz.	Avance de las urbanizaciones.

2.2.7 Valoración del cliente y mejora continúa

La valoración del cliente y la mejora continua son aspectos fundamentales para garantizar el éxito y la calidad de la propuesta, se han elaborado las siguientes estrategias para implementar la manera más adecuada para valorar la experiencia del cliente:

- **Encuestas de Satisfacción:** Realizar encuestas periódicas para recopilar comentarios y opiniones de las visitantes con preguntas clave como la calidad de los servicios, atención al cliente, comodidad y la satisfacción general, previamente se han generado encuestas como parte del estudio del mercado con diferentes variables demográficas las cuales nos ayudaron a segmentar, esto se visualiza en el anexo 1.
- **Entrevistas Personales:** Programar entrevistas individuales para obtener comentarios detallados, esto puede proporcionar información valiosa y perspectivas sobre cómo mejorar la oferta.
- **Seguimiento Post-Experiencia:** Mantener contacto con los visitantes a quienes se puede ofrecer servicios y productos nuevos, además se puede conocer su nivel de satisfacción a largo plazo y recopilar sugerencias para futuras mejoras.
- **Análisis de Reseñas:** Monitorear las reseñas en las redes sociales para comprender la apreciación de la propuesta y responder de manera proactiva a comentarios positivos y negativos.

En la propuesta se han establecido algunos métodos para procurar la mejora continua, indispensable para mantenerse en el tiempo e irse adecuando a los cambios propios del tiempo espacio.

- **Análisis de Datos:** Utilizar datos recopilados de encuestas, entrevistas y comentarios para identificar áreas de mejora y tendencias emergentes.
- **Capacitación del Personal:** Brindar capacitación continua a la comunidad para mejorar sus habilidades en servicio al cliente, comunicación interpersonal, técnicas de relajación, medicina ancestral, entre otros aspectos relevantes para la experiencia.
- **Innovación en el Diseño de Experiencias:** Estar atentos a las tendencias emergentes en bienestar mental, medicina ancestral y turismo de naturaleza para adaptar y enriquecer constantemente la oferta de experiencias.

- **Actualización de Instalaciones y Equipamiento:** Mantener las instalaciones y los espacios en óptimas condiciones, para garantizar la seguridad, comodidad y satisfacción de los participantes.
- **Feedback con Proveedores y Colaboradores:** Establecer canales de comunicación abiertos y transparentes con proveedores y la comunidad para compartir retroalimentación y trabajar juntos en la mejora continua de la oferta de servicios.

Al priorizar la valoración del cliente y la mejora continua, se puede crear una experiencia turística y de relajación que no solo satisfaga las necesidades y expectativas de las participantes, sino que también las supere y las convierta en promotoras entusiastas del negocio.

2.3 Conclusión capítulo 2

Este capítulo presenta un diseño de proyecto enfocado en convertir "Huarmi Experience" en un catalizador para futuras emprendedoras y un motor de activación económica y turística en la comunidad de Cañaro. La visión es que "Huarmi Experience" no solo beneficie a las mujeres directamente involucradas, sino que también promueva el desarrollo local y el empoderamiento femenino en la comunidad.

El proyecto se estructura para ofrecer a las participantes herramientas y conocimientos que les permitan emprender y gestionar sus propios negocios, fomentando un ecosistema emprendedor robusto. Además, busca integrar a la comunidad en una red de turismo sostenible, donde se valoren y potencien las tradiciones y recursos locales.

A través de talleres, mentorías y la creación de redes de apoyo, se espera que las mujeres adquieran habilidades en áreas clave como el liderazgo, la gestión empresarial y el marketing turístico. El proyecto también contempla la colaboración con entidades gubernamentales y organizaciones no gubernamentales para garantizar la sostenibilidad y expansión de la iniciativa.

En resumen, "Huarmi Experience" se plantea como una plataforma integral para el desarrollo económico y el empoderamiento de las mujeres de Cañaro, con un impacto positivo en la comunidad en general.

CAPÍTULO III

SOCIALIZACIÓN

3.1 Propósito de la socialización.

El propósito de la socialización en la comunidad de Cañaro, parroquia de San Joaquín, es dar a conocer a la comunidad y a los emprendedores las oportunidades a nivel turístico y proponer mejoras en la economía local. Según las investigaciones de campo realizadas en los últimos meses, se ha identificado una alerta de crisis de migración debido a la falta de fuentes de trabajo. Esta iniciativa busca motivar a la gente de Cañaro a trabajar localmente para mejorar la comunidad.

A través de la socialización, se espera informar y sensibilizar a los residentes sobre el potencial del turismo como motor de desarrollo económico y social. La idea es que al conocer las oportunidades turísticas, los emprendedores locales puedan crear negocios que atraigan a visitantes, generando así empleo y fuentes de ingresos sostenibles.

Además, se busca involucrar a todos los sectores de la comunidad en un esfuerzo colaborativo para fortalecer la economía local. Esto incluye la capacitación en áreas clave como la hospitalidad, la promoción de productos artesanales y la creación de experiencias turísticas únicas que resalten la cultura y las tradiciones de Cañaro.

La implementación de esta iniciativa está diseñada para crear un ambiente propicio para el emprendimiento y la inversión local. Al empoderar a los residentes con las herramientas y el conocimiento necesario, se espera reducir la necesidad de migración y promover el desarrollo integral de la comunidad.

3.2 Descripción de los actores locales involucrados

Se ha tomado en cuenta después del análisis respectivo con la gente de la comunidad y el cantón hacer la invitación a las personas que puedan realmente ver el enfoque del proyecto que se tiene pensado hacer en la comunidad de Cañaro, a continuación, se enumeran los actores involucrados en la socialización.

- Zoila Sangurima (ex presidente de la comunidad de Cañaro)
- Sra. María Ramos (presidenta de la comunidad de Cañaro)
- Mgtr. María Fernanda Jimbo (directora de la fundación FUPEC)

3.3 Métodos y herramientas utilizadas para la socialización

Para socializar la propuesta, se planificó realizar una presentación que cubriera los temas más relevantes de nuestra experiencia turística, con el objetivo de motivar a los actores de la comunidad. Al finalizar la socialización, se ofrecieron unos bocaditos como agradecimiento a la participación. Además, durante la presentación se exhibieron productos orgánicos que se planean promocionar en la experiencia, utilizando un logo provisional.

La presentación fue diseñada para ser clara y atractiva, destacando los beneficios potenciales para la comunidad y los emprendedores locales:

- **Objetivos del Proyecto:** Explicación del propósito de "Huarimi Experience" y cómo se espera que contribuya al desarrollo económico y social de Cañaro.
- **Beneficios del Turismo Sostenible:** Ejemplos de éxito en otras comunidades y cómo el turismo puede generar empleo y preservar la cultura local.
- **Oportunidades de Emprendimiento:** Identificación de nichos de mercado y tipos de negocios que los residentes podrían desarrollar.

Durante la presentación, los productos orgánicos fueron exhibidos para mostrar la calidad y variedad de lo que Cañaro puede ofrecer a los turistas. Estos productos, etiquetados con un logo provisional, sirvieron para ilustrar una parte tangible de la propuesta y cómo se integrará el aspecto turístico con la producción local.

El cierre del evento con bocaditos permitió a los asistentes interactuar de manera informal, facilitando un ambiente de diálogo y colaboración. Esta estrategia buscó reforzar el sentido de comunidad y compromiso con el proyecto, mostrando gratitud y creando un espacio para que los participantes compartieran sus impresiones y sugerencias.

3.4 Descripción del proceso de socialización:

3.4.1 Fecha y localización del evento de socialización.

La socialización se realizó el sábado 18 de mayo a las 16H00 en la casa comunal de la comunidad de Cañaro.

Esta convocatoria se organizó con la ayuda de la presidente de la comunidad quien tiene contacto con los habitantes del territorio y las autoridades, se repartieron

invitaciones impresas con el nombre de cada uno de ellos en sus lugares de trabajo y hogares explicándoles un poco sobre los temas a tratar para que se genere un interés genuino en la socialización

3.4.2 Descripción del evento

El evento se realizó con éxito en el siguiente horario:

- 16:00 PM: Palabras de bienvenida a cargo de Magdalena Ayora (Estudiante).
- 16:15 PM: Presentación de la propuesta realizada por los estudiantes y exhibición de productos orgánicos.
- 16:40 PM: Ronda de preguntas y respuestas por parte de los involucrados.
- 17:00 PM: Coffee break.
- 17:20 PM: Despedida.

3.5 Desarrollo del proceso de socialización:

3.5.1 Descripción de los temas tratados durante la socialización.

En la propuesta de la experiencia los participantes de la socialización quedaron convencidos de que esta es la oportunidad de dar a conocer sus saberes ancestrales y la manera de trabajar con los productos que se dan en la zona, estos serán de gran ayuda para no solo reactivar la economía sino también mantener la cultura latente en el territorio, llevándonos así a una socialización exitosa y prometedora.

En la socialización se analizaron problemas asociados con la vialidad, la falta de iniciativa por parte de las autoridades para poder realizar temas turísticos y la poca relevancia que se da al rol de las mujeres en el territorio.

Después de haber desarrollado este tema llegamos a la conclusión de que las líderes de la comunidad quieren seguir con el proyecto propuesto siempre y cuando el tema de la vía sea trabajado con las diferentes administraciones del GAD parroquial y otras autoridades, comprometiéndonos como pioneras a llegar a ellos con la iniciativa de que la propuesta puede mejorar los ingresos económicos no solo de la comunidad sino también de la parroquia de San Joaquín.

3.5.2 Desafíos y obstáculos suscitados durante la socialización

Al momento de realizar la socialización no se presentaron mayores dificultades más que la falta de asistencia por parte del teniente político debido a que si hubiésemos contado con su presencia el tema de la vialidad y problemas puntuales físicos de la comunidad hubiesen sido tomados en cuenta, sin embargo al contar con la presencia de las mujeres líderes de la comunidad se pudo llegar a citas y acuerdos para poder tratar estos temas, como solución se plantearon reuniones en otras fechas con el teniente político para tener mayor peso con temas de decisiones.

3.6 Compromisos de los actores locales.

Como compromiso sentado el día de la socialización la presidenta de la comunidad ofreció continuar con el proyecto y también buscar a las autoridades de la parroquia de San Joaquín para contar con su apoyo y así poder sacar adelante la economía y el desarrollo de su comunidad con el proyecto.

También mujeres valientes FUPEC, se comprometieron a visitar la comunidad más seguido e impulsar visitas al territorio ya que el proyecto les pareció ideal para vivir experiencias únicas como mujeres que tienen un ritmo de vida agitado, por otro lado las mujeres de la comunidad de Cañaro se comprometieron apoyar a su líder y ser más unidas para sacar el proyecto adelante.

3.7 Reflexiones y lecciones aprendidas

3.7.1 Evaluación del proceso de socialización

El proceso de socialización que se presentó a las mujeres fue fundamental para que la presidenta de la comunidad se convenciera de que el proyecto es viable, ya que al no ser asesoradas de manera correcta por ningún ministerio ni autoridad parroquial no creían en esta propuesta, sin embargo como estudiantes logramos que reflexionaran después de la charla que se dio y también después de mostrarles el itinerario de la experiencia, los actores involucrados confían en este gran proyecto y vieron lo novedoso de la experiencia, a raíz de esto están dispuestos a unir fuerzas para salir adelante y generar oportunidades para el desarrollo de la comunidad y el bienestar de las mujeres.

3.7.2 Lecciones aprendidas que podrían aplicarse en futuras iniciativas de desarrollo turístico.

Como aprendizaje para futuros proyectos, se encuentra el tener comunicación directa con las autoridades de la comunidad o espacio rural, en el que se pueda desarrollar alguna de las propuestas, investigar más sobre el tema de atractivos turísticos y hospedaje, debido a que nos llevamos una gran sorpresa el día de la socialización, cuando la dueña de un hostel ubicado en la parroquia de San Joaquín comunidad de Cañaro, se presentó para poder brindar sus servicios, la zona rural de la provincia del Azuay es una maravilla, tiene mucho para dar y se aprovechado, desde la naturaleza y sus tradiciones, condiciones que harán del territorio un espacio mágico para el turismo.

Las parroquias rurales son espacios muy poco aprovechados en todo sentido tanto en territorio, atractivos turísticos y cultural, la gente está enfocada a las modas extranjeras sin medir el tesoro que se encuentra en las tradiciones guardadas en las comunidades, es por eso que como uno de los objetivos principales de este proyecto es dar a conocer la importancia de generar visitas en los espacios rurales, no solo para la activación económica sino también para la preservación de culturas.

No menos importante es el tema de turismo de género, cada vez es más difícil para las mujeres salir de la monotonía de sus actividades y gracias a la socialización se pudo determinar que el proyecto promovería el emprendimiento como una opción para el desarrollo local.

Figura 17: Socialización del proyecto



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El proyecto "Huarmi Experience" ha sido diseñado con el objetivo de convertirse en un instrumento valioso para futuras emprendedoras, contribuyendo a la activación económica y turística de la comunidad de Cañaro. A través de esta iniciativa, se espera no solo beneficiar a las mujeres que participan directamente en la experiencia, sino también generar oportunidades de desarrollo local y empoderamiento para toda la comunidad femenina de la región.

En el desarrollo del proyecto se han identificado actores importantes en la comunidad, como lo son los dirigentes comunitarios, emprendedores turísticos y en otras ramas productivas, matronas (personas especializadas en medicina ancestral), mismos que están dispuestas a trabajar de manera articulada y de esta forma mejorar la calidad de vida de la comunidad.

La propuesta muestra un detallado análisis de los diferentes aspectos y procesos de este modelo de negocio, con el fin de que se convierta en una herramienta para caminar hacia nuevas oportunidades de desarrollo turístico, enmarcados en actividades sostenibles con la economía local, el medio ambiente y promoviendo el fortalecimiento de las organizaciones sociales.

En el proceso además se identificaron emprendimientos enfocados en la elaboración de productos naturales, convirtiéndose así en potenciales proveedores, no dejando de lado los intereses de los sectores de alojamiento y servicio de alimentación.

Durante la socialización del proyecto, se abordaron diversos desafíos, incluyendo problemas asociados con la vialidad y la falta de iniciativa de las autoridades para apoyar iniciativas turísticas. A pesar de estos obstáculos, las líderes comunitarias han mostrado un fuerte compromiso con la propuesta, destacando la necesidad de trabajar en conjunto con las autoridades locales para mejorar la infraestructura y, así, maximizar los beneficios económicos y sociales del proyecto.

Además, las mujeres de la comunidad de Cañaro y las visitantes se han comprometido a continuar impulsando el proyecto, resaltando la importancia de la unidad y el apoyo mutuo para alcanzar los objetivos planteados. Este compromiso colectivo refuerza la viabilidad y sostenibilidad del proyecto, asegurando su impacto positivo a largo plazo en la comunidad

El proyecto "Huarmi Experience" no solo aspira a mejorar la economía y el turismo de Cañaro, sino también a empoderar a las mujeres de la comunidad. La importancia de la unidad y el apoyo mutuo resaltados por las participantes asegura la sostenibilidad del proyecto, creando un entorno de colaboración que garantiza el éxito y el impacto positivo a largo plazo. Este proyecto es un modelo de desarrollo económico sostenible que valora y preserva las tradiciones culturales y el medio ambiente de la región.

BIBLIOGRAFÍA

- Asociación Amigos de Urpichallay. (2020). *Medicina Ancestral Andina*. Anchas, Perú: Proyecto Andino de Tecnologías Campesinas - PRATEC.
- Equipo Técnico Actualización PDOT San Joaquín 2019-2023. (s.f.). *Actualización PDOT San Joaquín 2019*. Cuenca, Azuay, Ecuador. Obtenido de <https://gadsanjoaquin.gob.ec/pdyot/>
- Gobierno Nacional del Ecuador. (2008). *Constitucion Polica del Ecuador*. Quito: Registro Oficial 449 de 20-oct.-2008.
- Gómez F., C. J.-T. (2013). Paisaje y Turismo rural en México: fortalezas y desafíos para su potenciación. *Revista Mexicana de Ciencias Agricolas*(5). doi:1027-1042
- Guijarro Paguay, P. R., & Calvopiña Andrade, D. M. (2021). Conocimiento ancestral medicinal y turismo de salud en el cantón Colta, provincia de Chimborazo. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuso)*, 6(3). doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.5512704>
- Organización Mundial de la salud . (17 de Junio de 2022). *Salud mental: fortalecer nuestra respuesta*. Obtenido de www.who.int: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-strengthening-our-response>
- Organización Mundial de la Salud. (17 de Junio de 2022). *Salud mental: fortalecer nuestra respuesta*. Obtenido de www.who.int: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-strengthening-our-response#:~:text=La%20salud%20mental%20es%20un,la%20mejora%20de%20su%20comunidad>.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (26 de Agosto de 2010). *Aligning Profit and Purpose Through Business Model*. Obtenido de www.hecnet.unil.ch: <https://hecnet.unil.ch/yp/wp-content/uploads/2011/04/centenaryBook.pdf>
- Prefectura del Azuay. (2021). *PDOT AZUAY, Alineado -PND-2021*. Obtenido de www.azuay.gob.ec: <https://www.azuay.gob.ec/wp-content/uploads/2022/09/PDOT-AZUAY-ALINEADO-PND-2021-2025-2.pdf>
- Rodríguez, A., & Solís, S. (2016). Turismo y Patrimonio cultural inmaterial: Alternativa de complementariedad para el desarrollo de los territorios rurales. *Revista Espiga*, 15(32).

ANEXOS

Anexo 1 Encuestas

FORMULARIO DE SATISFACCIÓN “HUARMI EXPERIENCE”
1) En una escala del 1 al 10 ¿Qué tan satisfecha está con la experiencia de relajación propuesta en la comunidad de Cañaño?
2) En una escala del 1 al 10 ¿Cómo evaluaría su experiencia general en la comunidad?
3) ¿Cómo describiría la relación calidad precio de la experiencia?
4) ¿Cree que nuestra propuesta cumple con sus expectativas?
5) ¿Recomendaría nuestro proyecto turístico a sus conocidos?
6) Déjenos sus sugerencias y recomendaciones para mejorar.

Anexo 2 copia de registro de asistentes socialización y enlace videos

TECNOLOGIA EN TURISMO RURAL
Universidad del Azuay

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

SOCIALIZACIÓN DE PROYECTOS DE TITULACIÓN
REGISTRO DE ASISTENTES

Proyecto: Propuesta de diseño de Experiencias turísticas y relajación en Cotacachi para mujeres.
Estudiantes encargados: Muguakma Ayala y Valeria Cmoa

Lugar: _____ Fecha: _____

Nombre y Apellido	Cédula de identidad	Comunidad/Institución	Cargo	Correo electrónico	N° Celular	Firma
Pasa Anahaple M	0910778299	FUPEC	Persona que trabaja en la tienda		0914011102	
Eugenia Aldavea	09864117443	Fupec	Mamá de mi hijo con discapacidad	eugengela@gmail.com	051856830	
Dobres N. Hatute	0102391216	FUPEC	Participante a la feria	dobres.natalia@gmail.com	0999016356	
María Cecilia Berrío	0101754630	FUPEC	Fupec		0999370	
Fanny Redrovan Delgado	0704570365	FUPEC	FUPEC	fannystrovan@gmail.com	0984654309	
Lucia Corbacho	0104864301	FUPEC	Mamá de niño con discapacidad	luciacorbacho@gmail.com	094656064	
Rosa Irma Romero	0300872487	FUPEC	FUPEC		091929477	
Blanca Ciego	010081198-3	FUPEC	Compañero de FUPEC		091339718	
Brittani Slavichay	—	Acompañante de blanquita	FUPEC		09993922	—
Verónica Juriga	010449916-5	FUPEC	Paciente	Veronica.juriga@gmail.com	09586507	

TECNOLOGIA EN TURISMO RURAL
Universidad del Azuay

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

SOCIALIZACIÓN DE PROYECTOS DE TITULACIÓN
REGISTRO DE ASISTENTES

Proyecto: Propuesta de diseño de Experiencias turísticas y relajación en Cotacachi para mujeres.
Estudiantes encargados: Muguakma Ayala y Valeria Cmoa

Lugar: _____ Fecha: _____

Nombre y Apellido	Cédula de identidad	Comunidad/Institución	Cargo	Correo electrónico	N° Celular	Firma
Pasa Anahaple M	0910778299	FUPEC	Persona que trabaja en la tienda		0914011102	
Eugenia Aldavea	09864117443	Fupec	Mamá de mi hijo con discapacidad	eugengela@gmail.com	051856830	
Dobres N. Hatute	0102391216	FUPEC	Participante a la feria	dobres.natalia@gmail.com	0999016356	
María Cecilia Berrío	0101754630	FUPEC	Fupec		0999370	
Fanny Redrovan Delgado	0704570365	FUPEC	FUPEC	fannystrovan@gmail.com	0984654309	
Lucia Corbacho	0104864301	FUPEC	Mamá de niño con discapacidad	luciacorbacho@gmail.com	094656064	
Rosa Irma Romero	0300872487	FUPEC	FUPEC		091929477	
Blanca Ciego	010081198-3	FUPEC	Compañero de FUPEC		091339718	
Brittani Slavichay	—	Acompañante de blanquita	FUPEC		09993922	—
Verónica Juriga	010449916-5	FUPEC	Paciente	Veronica.juriga@gmail.com	09586507	

Anexo 3 Enlace videos y registro fotográfico

https://drive.google.com/file/d/1N15xsp0cY5OKgXBbcetSIUNlukdH9-EG/view?usp=drive_link