



Universidad del Azuay

Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas

Carrera de Tecnología Superior en Turismo Rural.

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN
MIRADOR EN LA CIMA DEL VOLCÁN
PATAHUASI UBICADO EN LA COMUNIDAD
DE BAÑOS YUNGA, PARROQUIA CHAUCHA
DEL CANTÓN CUENCA, PROVINCIA DEL
AZUAY**

Autores:

**Darío Vega Vega
Milton Urgiles Ruilova**

Director:

Mst. Byron Alvarado Vanegas

Cuenca – Ecuador

Año 2024.

DEDICATORIA

El presente trabajo de ejecución lo dedico en primer lugar a Dios por permitirme seguir caminando por los senderos de la vida haciendo realidad mis sueños, por la salud, bondad y la fortaleza para lograr mis objetivos, por su infinito amor para iluminar mi vida a cada instante, a mi querida esposa Sra. Carmen Valencia quien, por medio de su humildad, fortaleza, dedicación, apoyo, amor incondicional en este largo camino, por sus sabios consejos, por su fe puesta en mí y por el valor mostrado para salir adelante, a mis amados hijos Karina y Alex Urgiles por estar presentes en mi vida motivándome a luchar por mis aspiraciones y contribuyendo desinteresadamente en esta etapa de mi vida, a mis compañeros, amigos y profesores en especial al Prof. Byron Alvarado Vanegas que me brindaron un estímulo dotándome de sabiduría y consejos para no rendirme y que este sueño hoy sea realidad.

Milton Bladimir Urgiles Ruilova.

DEDICATORIA

Dedico con profunda gratitud este trabajo a mi esposa Lurdes, mi hija Jeimmy, y a mis queridos padres, Julia y Calixto. Agradezco infinitamente su apoyo incondicional a lo largo de este camino, que ha sido fundamental para alcanzar esta meta. Su amor, paciencia y aliento me han impulsado a superar cada obstáculo y a perseguir mis sueños con perseverancia.

A mis familiares y amigos, les expreso mi más sincero agradecimiento por su presencia constante en mi vida. Sus palabras de aliento y muestras de cariño han sido un faro de luz en los momentos difíciles.

Manuel Darío Vega Vega.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por su infinito amor y por todas las bendiciones brindadas que me han permitido crecer profesional y espiritualmente cerca de las personas que más amo. De todo corazón quiero darle las gracias a mí adorada esposa Sra. Carmen Valencia, por brindarme su apoyo incondicional en todo momento, por ayudarme hacer este sueño una realidad, por caminar de la mano junto a mí y sobre todo por ser la mejor esposa del mundo que un hombre puede tener.

Mi gratitud a:

Prof. Ronal Chaca Coordinador de la carrera turismo rural.

Prof. Karina Farfán, Docente.

Prof. Carlos Tenesaca, Docente.

Prof. Pablo Duran, Docente.

Prof. Gabriela Eljuri, Docente.

Prof. Santiago Malo, Docente.

Prof. Jorge Amaya, Docente.

Prof. Diana García, Docente.

Prof. Natalia Rincón, Docente.

A todas las personas antes mencionadas agradecerles de una manera muy especial por su apoyo incondicional en el desarrollo del presente trabajo, por su disposición, sus precisiones, por sus reflexiones, sus experiencias, sus consejos y por su interés que este proyecto hoy sea una realidad “**mil gracias**”.

Milton Bladimir Urgiles Ruilova.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, En primer lugar, a Dios por guiar mi camino y llenarlo de bendiciones.

A mi esposa Lourdes y a mi hija Jeimmy, por su amor incondicional, apoyo y comprensión durante todo este proceso.

A mis padres, Calixto y Julia, por su invaluable apoyo a lo largo de mi carrera, permitiéndome alcanzar mis metas como estudiante.

A mis distinguidos profesores:

- PhD. Ronal Chaca
- PhD. Karina Farfán
- Mgtr. Santiago Malo
- Mgtr. Carlos Tenesaca
- Mgtr. Jorge Amaya
- Mgtr. Magdalena Corral
- Mgtr. Diana García
- Mgtr. Natalia Rincón
- PhD. Gabriela Eljuri
- Mgtr. Pablo Durán

Quiénes con su sabiduría, dedicación y guía académica han sido pilares fundamentales en mi formación.

De manera especial, agradezco a mi tutor, Mgtr. Byron Alvarado, por su apoyo, tiempo, paciencia y valiosos consejos durante el desarrollo de la tesis.

A mis compañeros de aula y tesis, quienes compartieron este camino conmigo y contribuyeron de manera significativa a la realización de este trabajo.

Este logro es fruto del esfuerzo, dedicación y apoyo de todos ustedes. A cada uno de ustedes, mi más sincero agradecimiento.

Manuel Darío Vega Vega.

RESUMEN:

La presente propuesta turística trata sobre la implementación de un mirador turístico en la cima del volcán Patahuasi, ubicado en la comunidad de Baños Yunga, parroquia Chaucha, cantón Cuenca, provincia del Azuay. El proyecto se divide en tres fases: en la fase inicial se realizó una evaluación de las características físicas, sociales y económicas de la comunidad, a fin de identificar el potencial turístico. En la segunda fase se diseñó la infraestructura turística necesaria, abordando deficiencias en accesibilidad, señalización y seguridad para mejorar la experiencia del visitante. La última fase consistió en socializar la propuesta a las autoridades locales y miembros de la comunidad para validar el proyecto e identificar oportunidades de colaboración. Los resultados arrojaron que el volcán Patahuasi tiene un gran potencial para el desarrollo turístico, a pesar que el financiamiento sigue siendo un factor crítico para la implementación.

Palabras Clave: Mirador turístico, Patahuasi, Sendero, Turismo Rural, Desarrollo Sostenible.

ABSTRACT:

This tourism proposal concerns the implementation of a tourist viewpoint at the summit of the Patahuasi volcano, located in the community of Baños Yunga, Chaucha parish, Cuenca canton, Azuay province. The aim of this study is to harness the area's potential for adventure and rural tourism. The project is divided into three phases: situational diagnosis, design of tourist facilities, and socialisation of the proposal. In the initial phase, an assessment of the community's physical, social, and economic characteristics was conducted to identify its tourism potential. The second phase involved designing the necessary tourist infrastructure, addressing deficiencies in accessibility, signage, and safety to enhance the visitor experience. The final phase consisted of presenting the proposal to local authorities and community members to validate the project and identify collaboration opportunities. The results indicated that the Patahuasi volcano has great potential for tourism development, although financing remains a critical factor for implementation. The project aims to attract both national and international tourists, promoting the natural and cultural beauty of the Patahuasi volcano and its surroundings.

Keywords: Tourist viewpoint, Patahuasi, Footpath, Rural Tourism, Sustainable Development.

ÍNDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	IV
RESUMEN:	VI
ABSTRACT:	VII
INTRODUCCIÓN	13
MARCO CONCEPTUAL	15
CAPÍTULO 1	17
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA COMUNIDAD BAÑOS YUNGA.	17
1.1 Introducción.	17
1.2 Caracterización física.	17
1.2.1. Caracterización social.	18
1.2.2. Caracterización cultural.	19
1.2.2.1. Fiestas populares.	19
1.2.2.2. Gastronomía.	19
1.2.2.3. Medicina ancestral.	20
1.2.3. Caracterización económica.	21
1.3. Problemas territoriales.	23
1.3.1. Ecosistema de actores territoriales y de la cadena de valor turística.	24
1.3.2. Tabla de actores.	26
1.4. Diagnóstico turístico.	27
1.4.1. La oferta.	27
1.4.2. Cultura.	27
1.4.3. Señalización.	27
1.5. Conclusión	28
CAPÍTULO 2	29
2. DISEÑO DEL EQUIPAMIENTO TURÍSTICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA DEL MIRADOR EN EL VOLCÁN PATAHUASI.	29
2.1 Introducción	29
2.2. Descripción del proyecto.	29
2.2.1. Mirador para observación del paisaje.	30
2.2.2. Ruta de acceso al mirador.	31
2.2.3. Binoculares de observación.	32
2.2.4 Glamping.	32
2.2.5 Restaurante.	33
2.2.6 Bar.	33
2.2.7. Local de artesanías.	34
2.2.8 Oficina de administración.	34
2.2.9 Sala de juegos.	34

2.2.10 Aguas termales y vestigios arqueológicos.	34
2.3 Gestión de Calidad.	35
2.3.1 Selección del personal.	36
2.3.2 Capacitación del personal.	36
2.3.2.1 Orientación al cliente.	36
2.3.2.2 Conocimientos específicos del destino.	36
2.3.2.3 Capacitación en seguridad y salud.	37
2.3.2.4 Formación en sostenibilidad.	37
2.3.2.5 Desarrollo de habilidades blandas.	37
2.3.2.6 Uso de tecnología.	37
2.3.2.7 Idiomas.	37
2.3.2.8 Evaluación de procesos y mejora continua.	37
2.3.3 Recopilación de información.	37
2.3.3.1 Encuesta de satisfacción.	38
2.3.3.1.1 Identificación de áreas de mejora.	38
2.3.3.1.2 Medición de la satisfacción del cliente.	38
2.3.3.1.3 Promoción de la innovación.	38
2.3.3.2 Análisis de quejas y reclamos.	38
2.4 Marketing y comercialización.	38
2.4.1 Delimitación de Mercado.	39
2.4.2 Presencia en redes sociales.	39
2.4.3 Creación de contenido visual.	40
2.4.4 Paquetes y promociones especiales.	40
2.4.4.1 Paquete para viajeros y amantes de la naturaleza.	40
2.4.4.2 Paquete para parejas que buscan una escapada romántica.	41
2.4.4.3 Paquete para viajeros exploradores culturales.	42
2.4.5 Plan de promoción.	44
2.4.5.1 Logo.	44
2.4.5.2 Material impreso.	44
2.4.5.3 Publicidad en medios impresos y radiales.	45
2.4.5.4 Página web.	45
2.4.6.1 Comercialización directa.	45
2.4.6.2 Oficina de administración.	45
2.4.6.3 Comercialización indirecta.	46
2.4.6.4 Agencias de viaje.	46
2.4.6.5 Oficina de información turística.	47
2.4.6.6 Página web.	47
2.5 Posibilidades de financiamiento y cooperación.	47
2.5.1 Inversión pública estatal.	47
2.5.1.1 GAD Parroquial de Chaucha o moradores de Baños Yunga.	47

2.5.1.2 GAD Cantonal de Cuenca.	47
2.5.1.3 Ministerio de Turismo de Ecuador.	48
2.5.2 Inversionistas privados.	48
2.5.3 Plan de gestión.	48
2.5.3.1 Infraestructura.	49
2.5.3.1.1 Inversión a corto plazo.	49
2.5.3.1.2 Inversión a mediano plazo.	50
2.5.3.2 Capacitaciones.	50
CAPÍTULO 3.	52
3. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROCESO DE SOCIALIZACIÓN.	52
3.1. Introducción.	52
3.2. Propósito de la socialización.	52
3.2.1. Descripción de los actores locales involucrados.	52
3.2.2. Métodos y herramientas utilizadas para la socialización.	52
3.3. Descripción del proceso de socialización:	53
3.3.1. Fecha y localización del evento de socialización.	53
3.3.2. Descripción del evento.	53
3.4. Desarrollo del proceso de socialización.	54
3.4.1. Descripción de los temas tratados durante la socialización.	54
3.4.2. Desafíos y obstáculos suscitados durante la socialización.	55
3.4.3. Compromisos de los actores locales.	55
3.5. Reflexiones y lecciones aprendidas.	56
3.5.1. Evaluación del proceso de socialización.	56
3.6. Lecciones aprendidas durante la socialización:	57
Conclusiones y recomendaciones.	58
Conclusiones.	58
Recomendaciones.	58
Referencias.	59
Anexos y materiales de apoyo:	61
3.6.1. Resúmenes de las notas tomadas durante la socialización.	64

Índice de tablas.

Tabla 1. Problemas territoriales.....	23
Tabla 2. Ecosistemas de actores territoriales y de valor turístico.....	25
Tabla 3. Grado de influencia.	26
Tabla 4. Diagnóstico de la plata turística.	27
Tabla 5. Itinerario para el paquete turístico de viajeros y amantes de la naturaleza.	40
Tabla 6. Costos estimados para el paquete turístico de viajeros y amantes de la naturaleza.	41
Tabla 7. Itinerario para el paquete turístico para parejas que buscan una escapada romántica..	41
Tabla 8. Costos estimados para el paquete turístico para parejas que buscan una escapada romántica.....	42
Tabla 9. Itinerario para el paquete turístico para viajeros exploradores culturales.	43
Tabla 10. Costos estimados para el paquete turístico para viajeros exploradores culturales.	43
Tabla 11.	49
Tabla 12.	50

Índice de figuras.

Figura 1. Mapa político de la parroquia Chaucha.	18
Figura 2. Comida típica de la parroquia Chaucha.	20
Figura 3. Plantas medicinales de la parroquia Chaucha.	21
Figura 4. Volcán Patahuasi.	31
Figura 5. Ruta de acceso al mirador (Baños Yunga- Patahuasi).....	32
Figura 6. Modelo de glamping.	33
Figura 7. Señalética en el mirador.....	35
Figura 8. Logo mirador Patahuasi.	44
Figura 9. Registro de asistentes.....	61
Figura 10.	64

INTRODUCCIÓN

El Volcán Patahuasi, es un recurso con un amplio potencial turístico, ubicado en la comunidad de Baños Yunga, en la Parroquia Chaucha del cantón Cuenca, en la Provincia del Azuay, representa una oportunidad única para el desarrollo del turismo en la zona. Considerando las características geográficas y paisajísticas del lugar, se propone la creación de un mirador turístico en la cima del volcán, que permitirá a los visitantes disfrutar de una vista panorámica impresionante de la región.

Al mismo tiempo, esta elevación natural marca el límite del territorio, ya que esta divide a las hermanas parroquias de Pujilí y Chaucha, dando como resultado, al momento de visitarlo, el estar en dos parroquias a la vez, esto es algo realmente increíble. Sin embargo, este lugar carece de la adecuación de infraestructura turística para quienes lo visitan.

Por este motivo, el objetivo principal de la investigación es Desarrollar una propuesta para la creación de un mirador turístico en la cima del volcán Patahuasi” integrando los principios de sostenibilidad que impulsen el desarrollo económico de la comunidad.

La misma que se llevará a cabo mediante visitas semanales en el área de estudio a lo largo del desarrollo de este análisis, trabajando conjuntamente con el GAD parroquial de Chaucha y la población local en general.

Posteriormente, si se considera poner en pie la presente propuesta, se lograría mayor facilidad de desplazamiento, seguridad para los visitantes y motivación de los pobladores a desarrollar emprendimientos orientados al ámbito turístico dentro de la zona.

Esta propuesta también busca promover el turismo sostenible en la zona, generando empleo y apoyando la economía local. Además, la creación de un mirador turístico en el Volcán Patahuasi contribuirá a la conservación del medio ambiente, promoviendo la conciencia ambiental entre los visitantes y fomentando la protección de este importante ecosistema.

Con esta propuesta, se pretende poner en valor el potencial turístico de la región, atrayendo a visitantes nacionales e internacionales interesados en conocer y disfrutar de la belleza natural y cultural que ofrece el Volcán Patahuasi y sus alrededores. La creación de un mirador turístico en la cima del volcán será un atractivo adicional para los turistas, que podrán vivir una experiencia única y enriquecedora en este lugar especial.

El turismo según varios autores es la actividad que realizan las personas que se desplazan fuera de su lugar de residencia habitual durante un periodo mínimo de 24 horas a un año, estas influencias de turistas de ciertos lugares producen beneficios positivos como negativos para las personas que habitan en la localidad.

MARCO CONCEPTUAL.

El turismo, según varios autores, es la actividad que realizan las personas que se desplazan fuera de su lugar de residencia habitual durante un periodo mínimo de 24 horas a un año (UNWTO, 2013). Es así que, la afluencia de turistas en algunos casos ha significado para los territorios un gran potencial económico, así como para otros, ha sido el causante de la destrucción de los recursos.

El turismo es fundamental para el desarrollo local, ya que contribuye a la generación de empleo, maximización del capital local, preservación del patrimonio cultural y natural, y fortalecimiento de la identidad y atracción social de una comunidad. Sin embargo, para que el turismo beneficie verdaderamente al desarrollo local comunitario, es esencial que exista una participación activa de la comunidad en la planificación, gestión y beneficios del sector turístico (Boley et al., 2014). La participación comunitaria en el turismo implica que los residentes locales tomen parte en las decisiones que afectan o beneficien el desarrollo turístico de su territorio. En este contexto, es importante que los gestores promuevan formas de turismo que no vulneren sus tradiciones ni cultura, sino que fomenten el diálogo e intercambio intercultural, permitiendo a la comunidad beneficiarse directamente y aumentar su capacidad de generación de ingresos (Hall & Richards, 2000).

El turismo rural es una actividad turística donde la experiencia del visitante está relacionada con el entorno natural, la agricultura, y las formas de vida y culturas rurales. Tiene un gran potencial para el desarrollo de la economía local y el cambio social, siendo indispensable junto con otras actividades económicas (Lane & Kastenholtz, 2015). Debido a la gran capacidad del turismo para generar beneficios, la ONU promueve el papel del turismo en la valoración y salvaguarda de los pueblos rurales, junto con sus paisajes, sistemas de conocimiento y actividades locales, tales como la agricultura, la pesca, la producción artesanal o la ganadería. Esta iniciativa permite a los visitantes sumergirse en la belleza natural del lugar y vivir la cultura local, ofreciendo actividades como senderismo, observación de fauna y flora, y aprendizaje sobre prácticas culturales y artesanías locales (UNWTO, 2020).

El turismo rural comunitario surge como una alternativa al turismo masivo, buscando el desarrollo local y fortaleciendo las comunidades rurales con atractivos

naturales y culturales. Esta modalidad promueve el respeto y la conservación del medio ambiente, vinculando directamente a las personas con su entorno rural (Garrod, Wornell, & Youell, 2006). Además, el turismo rural comunitario fomenta la creación de redes sociales entre los visitantes y los residentes, promoviendo una mayor comprensión y apreciación mutua, permitiendo una amplia cohesión social y empoderamiento de los residentes de una comunidad.

Entre los impactos positivos derivados del turismo se encuentran: la entrada de divisas, intercambio cultural, generación de empleo, aumento de actividades comerciales, promoción de la cultura y el patrimonio, mejora de la infraestructura y estímulo para nuevos emprendimientos (UNWTO, 2019). Sin embargo, también existen aspectos negativos como la pérdida de identidad cultural, aumento de los precios, sobrecarga de infraestructuras, incremento de la contaminación y explotación laboral (Andereck et al., 2005).

La infraestructura turística adecuada es vital para garantizar una visita segura y enriquecedora en destinos naturales. Para ello, es fundamental contar con todas las facilidades necesarias para garantizar la experiencia del turistas, tales como: senderos, señalización, pasamanos, barandas de seguridad o servicios sanitarios accesibles (UNWTO, 2013). Sin embargo, la infraestructura no es el único aspecto a considerar cuando se incursiona en un modelo turístico; es muy importante contar con personal capacitado, guías certificados y un modelo de gestión que garantice un funcionamiento de la actividad turística a largo plazo (Inskeep, 1991).

CAPÍTULO 1

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA COMUNIDAD BAÑOS YUNGA.

1.1 Introducción.

La comunidad de Baños Yunga, donde se ubica el gigante volcán Patahuasi, presenta una belleza y mirada natural en su entorno donde se puede observar cada rincón que lo adorna a su alrededor. Este capítulo presenta un diagnóstico de la localidad, explorando su identificación territorial y potenciando su riqueza turística. Así también, se realiza un levantamiento de sus costumbres ancestrales, su cultura, su gastronomía y el entorno naturales.

En el ámbito turístico, Baños Yunga ofrece diversas oportunidades a sus visitantes, desde su entorno natural hasta su riqueza gastronómica y cultural. Estas riquezas del territorio serán aprovechadas por los habitantes y familias locales para mejorar su economía. Las actividades turísticas contribuirán a mitigar la migración y a mantener a las familias unidas.

Previo al desarrollo del proyecto, se plantea un diagnóstico territorial de la comunidad de Baños Yunga, donde se identifican las ventajas y desventajas para la implementación de la propuesta del proyecto.

1.2 Caracterización física.

La comunidad de Baños Yunga se sitúa en el centro territorial entre las comunidades San Gabriel y La Iberia, en la parroquia rural de Chaucha del cantón Cuenca, provincia del Azuay. Su altitud es de 2.462 metros sobre el nivel del mar, está ubicado en el centro oeste de la parroquia Chaucha, con coordenadas X: 669693, Y: 9675009, a una distancia de 99 km del cantón y a 45 minutos del centro parroquial. Limita al norte con la comunidad de Polo, al sur con Sucos y Milagro, al este con Yubar Potrero y Pichilcay, y al oeste con el río Chaucha y la comunidad de Coca.

El GAD Parroquial de Chaucha (2023) en su PDOT, menciona que la comunidad de Baños Yunga tiene una extensión de 1654,73 hectáreas. Este lugar cuenta con un clima templado que oscila entre los 15,25 y 19,30°C, en esta comunidad se caracteriza por sus diversos recursos naturales, que aún son desconocidos por parte de las personas ajenas al

1.2.2. Caracterización cultural.

La comunidad de Baños Yunga se caracteriza por su arraigada tradición cultural influenciada por la herencia indígena/cañari y mestiza de la región, donde muchas personas aún tienen la experiencia en curarse con plantas medicinales y otras aun con habilidades de comadronas. También se puede destacar que, en el lugar, donde se encuentra ubicado el mirador, en el trayecto se identifica pequeñas terrazas donde se dice que posiblemente habitaron la descendencia cañari. Estas culturas reflejan la identidad, historia y tradición de sus habitantes, que servirán para complementar al proyecto.

1.2.2.1. Fiestas populares.

Según manifiesta el líder comunitario hace algunos años atrás los moradores rendían homenaje a la imagen del “Sagrado corazón de María”, cada año durante el mes de septiembre en signo de devoción católica, actos que integraban las actividades y participación de niños, jóvenes y adultos. Pero en actualidad ya no se venera debido que la gran parte de los moradores optaron por el cambio de religión (evangélica).

1.2.2.2. Gastronomía.

Se puede mencionar que la gran variedad de platos tradicionales que se elaboran es de acuerdo a las fechas calendarías, (Año Nuevo, Carnaval, Viernes Santo, Día de las madres y Navidad) y fechas especiales, la mayoría son en base al procesamiento del maíz (Quimbolitos, Tamales, Cuchichaquis y las Humitas del maíz tierno), caldo de gallina criolla, fritada de cerdo, cuy asado y finalmente el tradicional aguardiente artesanal que está en todas las ocasiones como cultura de su población, en esta parte hay que destacar que todos estos productos son cien por ciento orgánicos, por lo tanto, aportan una gran variedad nutritiva a las personas que lo consumen. (CHAUCHA, CENTRO DE SALUD, 2022).

Figura 2. Comida típica de la parroquia Chaucha.



1.2.2.3. Medicina ancestral.

Chaucha desde la cabecera cantonal y la falta de atención de las autoridades seccionales durante los últimos 15 años, han favorecido la práctica de la medicina ancestral en algunas comunidades de la parroquia. A pesar de que la mayoría de las personas adultas en la zona conocen cómo combinar hierbas para tratar enfermedades leves; la atención de los centros de salud se ha orientado hacia los fármacos, lo que ha provocado que cada vez menos jóvenes conozcan la medicina tradicional. Aunque en Chaucha todavía se cultivan diversas plantas medicinales, algunas de ellas de manera silvestre como, Llantén, Ataco, Diente de León y Quinquín, entre otras, es probable que el conocimiento de estas hierbas se pierda en un futuro cercano. Por lo que en la comunidad de Baños Yunga posee el privilegio de contar con la persona (Sra. Luz Campoverde), que aún conservan conocimientos en planta medicinales y comadrona/partera, experiencias que contribuye a solucionar enfermedades básicas que suscitan dentro de la comunidad y sus alrededores.

Figura 3. *Plantas medicinales de la parroquia Chaucha.*



1.2.3. caracterización económica.

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia (PDOT) (Chaucha, 2023) la comunidad se caracteriza por tener una economía basada principalmente en actividades ganaderas y agrícolas. Gracias a las condiciones climáticas favorables de la comunidad, los animales pueden tener un óptimo crecimiento, los cuales son mayormente vendidos en pie a comerciantes locales. La principal limitante para la población es el estado deficiente de las vías de transporte a nivel parroquial, lo que incrementa los costos y reduce las ganancias de los productores.

En el ámbito agrícola, se destacan como cultivos principales el maíz, frijol, papas, hortalizas y frutas. Estas actividades económicas generan ingresos para los habitantes locales y contribuyen al desarrollo de la zona. No obstante, según el Plan de Desarrollo Territorial-PDOT (2023), la cadena de valor comienza con los agricultores y productores locales, y continúa con los distribuidores y transformadores hasta llegar al consumidor final. Se observa que la mayoría de la población no realiza ningún proceso adicional a sus productos para agregarles valor, por lo que es imprescindible implementar programas de capacitación que permitan fortalecer a los pequeños y medianos productores de la comunidad.

1.3. Problemas territoriales.

Problemas más relevantes dentro del territorio considerando los ámbitos económico, social, ambiental y cultural.

Tabla 1. *Problemas territoriales.*

SUBSISTEMA TERRITORIAL	PROBLEMÁTICA	NIVEL DE RELEVANCIA	IMPACTO TERRITORIAL
Medio físico	Contaminación de recurso hídrico por actividades ganaderas	ALTO	Erosión y sobre explotación del suelo. Alteración del sistema de abastecimiento hídrico.
	Contaminación de suelos y agua por desechos de aguas negras	MEDIO	Contaminación de fuentes hídricas.
	Expansión de frontera agrícola	ALTO	Destrucción de ecosistemas y hábitats para la diversidad de especies.
	Contaminación atmosférica por quema de desechos		Consecuencias ambientales negativas como resultado de actividades antrópicas
Población y asentamientos humanos	Deficiente calidad de agua potable	ALTO	En la salud pública, la economía local, el entorno natural y la calidad de vida de las comunidades afectadas.
	Sistema vial en Regular y malas condiciones	ALTO	vía principal de acceso a la parroquia está en estado regular, y las vías de tercer orden que llegan a las diferentes comunidades están en Regular y malas condiciones sobre todo luego de la etapa invernal
	Alumbrado público Deficiente en comunidades	MEDIO	las luminarias en varias comunidades están en mal estado
Económico	En la terraza media y baja, las pendientes superiores al 30% del terreno limitan desarrollo agropecuario	ALTO	Al tener el terreno altas pendientes, limitan la producción agropecuaria
	Precarios sistemas de comercialización de productos agrícolas	ALTO	a comercialización es netamente para consumo interno de la parroquia
	Limitada promoción y difusión de atractivos Turísticos de la parroquia.	ALTO	Debe mejorarse la promoción Turística de los atractivos naturales
	Generación de productos agrícolas como materia prima	ALTO	los productos lo comercializan como materia prima y no con valor agregado

Patrimonio y cultura	Perdida de saberes ancestrales y costumbres	ALTO	Pérdida de identidad local
	Alcoholismo en la población adulta masculina	ALTO	La comunidad considera el alcoholismo de adultos como normal
	Juventud sin procesos de capacitación que orienten el desarrollo económico productivo de su parroquia	ALTO	La población joven no se personaliza de que es un actor importante en su comunidad debido a que no hay capacitaciones de índole económico productivas
	Inaccesibilidad a Tecnología digital para procesos de capacitación	ALTO	La población no tiene accesibilidad a conocimiento digital
	Bajo índice de actividades culturales en las comunidades	ALTO	Debido a la inaccesibilidad y distanciamiento entre comunidades, se dificulta la participación de grupos vulnerables para actividades culturales

1.

3.1. Ecosistema de actores territoriales y de la cadena de valor turística.

Tabla 2. Ecosistemas de actores territoriales y de valor turístico.



1.3.2. Tabla de actores.

Tabla 3. *Grado de influencia.*

NOMBRE DEL ACTOR	TIPOLOGIA DE ACTOR	CODIGO	INFLUENCIA/DEPENDENCIA	EXPLICACIÓN
GAD Provincial	Público		Enlace	Vialidad, Riego, Productivo y Social.
GAD Parroquial	Público		Alto poder	Posible fuente de financiamiento.
MAE	Público		Enlace	Control de Flora y Fauna.
Teniente Político	Público		Enlace	Control seguridad y mediador de conflictos
Empresa Eléctrica	Privada		Enlace	Provisión de Energía Eléctrica
Líder de la comunidad	Comunitario		Enlace	Coordinación de actuación y actividades en la comunidad
Estación 11 de bomberos Chaucha	Público		Autónomo	Servicios de primeros auxilios, rescate y inelegancias.
Comunidad de Milagros	Privado		Enlace	Aliados estratégicos en servicios y promoción.
Dueño del predio	Privado		Enlace	Involucramiento en la propuesta para el permiso.

1.4. Diagnóstico turístico.

1.4.1. La oferta.

Se puede destacar que no existe una oferta turística planteada, la comunidad de Baños Yunga no pose servicios de, alojamiento, alimentación ni restauración y ningún otro servicio relacionado con el turismo; los establecimientos, más cercanos se encuentran en la comunidad de san Gabriel donde estos 2 restaurantes, lamentablemente debido a que no existe visitación turística y tampoco una demanda que llegue no se ha tratado de implementar este tipo de servicios.

1.4.2. Cultura.

Con respecto a la cultura local, se resaltar la existencia de varias moliendas artesanales en la que se produce el aguardiente, guarapo, miel y la panela al igual que alimentos orgánicos propios de la zona.

1.4.3. Señalización.

Es importante mencionar que el camino que conduce hacia la cima del volcán Patahuasi, no cuenta con señalización, por lo que se debe integrar una señalización adecuada a lo largo de los senderos para guiar a los visitantes y proporcionar información relevante sobre el mirador, el volcán y el medio natural circundante. Esto contendría mapas, avisos informativos y anotadores.

Tabla 4. *Diagnóstico de la plata turística.*

	DESCRIPCIÓN	OBSERVACIONES (CATEGORIA, ESTADO DE CONSERVACIÓN, ETC)
ALIMENTACIÓN	No aplica. Sin embargo, en el centro parroquial existen 2 restaurantes pequeños restaurantes como un servicio interno	Como se menciona en la descripción no existe una planta turística que ya haya sido construida con fines turísticos sino como emprendimientos familiares los mismos que se encuentran en el centro parroquial.
HOSPEDAJE	No aplica.	El único hospedaje que existe dentro de la parroquia es el hogar Juvenil como apoyo para personas visitantes de las comunidades lejanas.

TRANSPORTE	No aplica. Pero según la encuesta realizada a 30 personas de diferente edad y provincia, la mayoría de visitantes viajara en su propio vehículo hasta el lugar turístico.	Con el único medio de transporte que cuenta la parroquia es un bus el cual empieza su recorrido desde la Feria Libre a las 07H00am hasta la parroquia de Chaucha y su retorno a partir de las 12h00pm hasta la ciudad de Cuenca.
AGENCIA DE VIAJES / GUIAS	No aplica, pero se trabajará con los comuneros quienes conocen a la perfección el lugar.	A nivel parroquial no existen personal preparado en guianza, pero sin embargo los comuneros cuentan con los conocimientos necesarios y la experiencia para ayudarnos en guiar a los visitantes.
CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	No aplica, pero será difundida a través de las diferentes redes sociales y el GAD parroquial.	La parroquia no cuenta con ningún centro de formación turística y de ninguna otra índole, pero sin embargo cuenta con el acceso a internet el cual nos servirá para darnos a conocer mediante las diferentes redes sociales.
MIRADORES CONSTRUÍDOS	No Aplica. Será uno de los primeros en ejecutarse.	Existen muchos puntos como miradores dentro de la parroquia en estado natural es decir sin intervención del hombre, Nosotros con nuestra propuesta turística pretendemos ejecutar el primero de muchos.

1.5. Conclusión

Con base a la investigación del territorio, es posible afirmar que Baños Yunga cuenta con importantes riquezas y potenciales turísticos conectados con la naturaleza, gastronomía y su rica cultura ancestral. Sin embargo, todavía se han identificado retos territoriales que se requieren atención urgente ya que sus recursos potenciales aún no han sido aprovechados por los pobladores de la zona.

Con el trabajo conjunto de la comunidad, las autoridades locales y otros actores, esta comunidad podrá superar obstáculos y poner en marcha la propuesta para la creación del proyecto indicado, el cual sería beneficioso para todos los habitantes de la comunidad y la parroquia de Chaucha.

CAPÍTULO 2

2. DISEÑO DEL EQUIPAMIENTO TURÍSTICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA DEL MIRADOR EN EL VOLCÁN PATAHUASI.

2.1 Introducción

Este capítulo ofrece una descripción detallada del proyecto para el desarrollo de un mirador turístico en la cima del volcán Patahuasi. Se presenta un diseño tentativo del mirador, así como el equipamiento necesario para su operación efectiva. Este análisis comienza con una evaluación de las necesidades de actividades y servicios que podrían ofrecerse en el mirador, destacando los posibles atractivos turísticos del sitio que podrían atraer visitantes.

Además, se detalla la gestión de calidad que se implementará para asegurar la excelencia en el servicio. Este apartado incluye normas de seguridad, mantenimiento continuo de infraestructura y entrenamiento regular para el personal.

En términos de marketing, el capítulo expone estrategias para promocionar el mirador, destacando la importancia de una imagen de marca coherente y atractiva. Se discuten diferentes canales de comercialización, incluyendo marketing digital, colaboraciones con agencias de viajes y participación en ferias turísticas. También se contempla el uso de redes sociales como herramienta esencial para la captación y fidelización de clientes.

Finalmente, se aborda la financiación del proyecto. Se identifican los actores principales que podrían contribuir, que incluyen inversionistas privados, fondos de desarrollo turístico y subvenciones gubernamentales. Este segmento propone una estructura de financiación mixta, permitiendo una diversificación de las fuentes de capital y minimizando los riesgos financieros.

2.2. Descripción del proyecto.

En este capítulo se aborda la conceptualización y planificación detallada del proyecto de construcción y equipamiento de un mirador turístico en el volcán Patahuasi. Se llevará a cabo un análisis de las necesidades y demandas tanto de actividades como de servicios que puedan ser ofrecidos en el sitio, así como la identificación de los potenciales atractivos turísticos que este lugar pueda ofrecer a los visitantes.

Además de ello, se profundizará en la gestión de la calidad del proyecto, detallando los estándares y procedimientos que se implementarán para asegurar la excelencia en la experiencia ofrecida a los turistas. Se desarrollarán estrategias de marketing destinadas a promover el mirador, utilizando diversos enfoques de comunicación y promoción para alcanzar al público objetivo. Se analizarán los diferentes canales de comercialización disponibles y se determinará la estrategia óptima para alcanzar una distribución efectiva del producto turístico.

En cuanto a la financiación del proyecto, se identificarán y evaluarán los potenciales actores clave que podrían participar en su financiamiento. Esto incluirá tanto entidades públicas como privadas, así como posibles asociaciones o alianzas estratégicas que puedan contribuir al desarrollo y sostenibilidad del mirador turístico en el volcán Patahuasi.

2.2.1. Mirador para observación del paisaje.

Esta actividad está diseñada para ser disfrutada por turistas de todas las edades y constituye uno de los principales atractivos del volcán Patahuasi. Desde la cima del volcán, los visitantes pueden disfrutar de una vista panorámica hacia la costa y el golfo de Guayaquil, así como hacia la cordillera Patahuasi-Berseta, donde se pueden observar diferentes poblaciones, incluyendo la parroquia de Chaucha, tal como se muestra en la figura 1.

En el mirador, se construirán pequeñas cabañas con capacidad para diez personas, utilizando materiales sostenibles obtenidos de la comunidad Baños de Yunga. Estas cabañas ofrecerán a los visitantes un espacio cómodo para sentarse y disfrutar del paisaje, además de protección contra el sol.

Cada cabaña medirá cinco metros de largo por cuatro metros de ancho, con una altura de tres metros, proporcionando un espacio amplio para que los visitantes puedan sentarse y descansar cómodamente. Adicionalmente, cada cabaña estará equipada con un tacho de basura para fomentar la limpieza del área y asientos largos de madera, que se integrarán armoniosamente con el entorno natural del mirador.

Figura 4. *Volcán Patahuasi.*



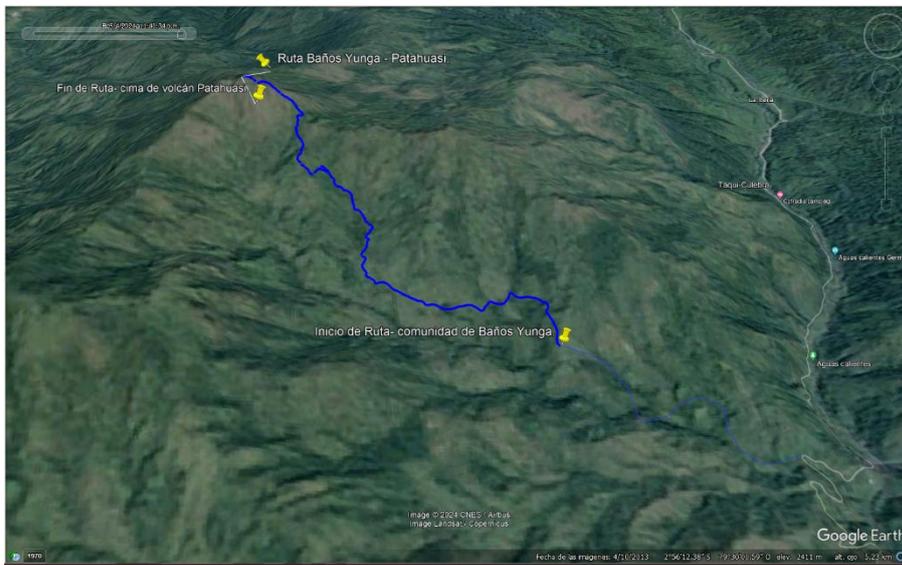
2.2.2. Ruta de acceso al mirador.

La ruta Patahuasi es una caminata o cabalgata que se realiza en la comunidad de Baños Yunga para ascender al volcán, este recorrido se inicia desde la vía principal que conecta entre el cantón de Cuenca con Camilo Ponce Enríquez y Balao, tomando el desvío que se encuentra a 2 metros del río de Yanayaco por una vía de tercer orden, avanza 20m hasta llegar al sector de Yanayaco en la cual culmina la vía carrozable. Desde allí se puede ascender ya sea caminando o cabalgando, ofrece a los visitantes la oportunidad de disfrutar de hermosos paisajes naturales, vistas impresionantes de las diferentes montañas que cobijan la parroquia de Chaucha como también de observar flora y fauna local.

Durante la caminata o cabalgata, los viajeros pueden pasar por diferentes familias rurales, interactúa con la comunidad local y experimentar la vida cotidiana en las zonas rurales de Chaucha.

Esta caminata o cabalgata es ideal para los amantes de la naturaleza y la aventura, ya que ofrece un contacto directo con el entorno natural y la posibilidad de desconectarse del estrés de la vida urbana. La ruta es una excelente forma de apoyar al turismo rural sostenible y contribuir al desarrollo económico de la comunidad local.

Figura 5. Ruta de acceso al mirador (Baños Yunga- Patahuasi).



2.2.3. Binoculares de observación.

Se dispondrán de dos binoculares grandes para darle valor agregado al proyecto del mirador, cada uno ubicado en las distintas vistas del volcán, teniendo vista panorámica hacia la costa y la otra hacia la cordillera de la sierra y la parroquia de Chaucha. Tendrán una base de cemento para evitar que se los remuevan de su lugar de origen.

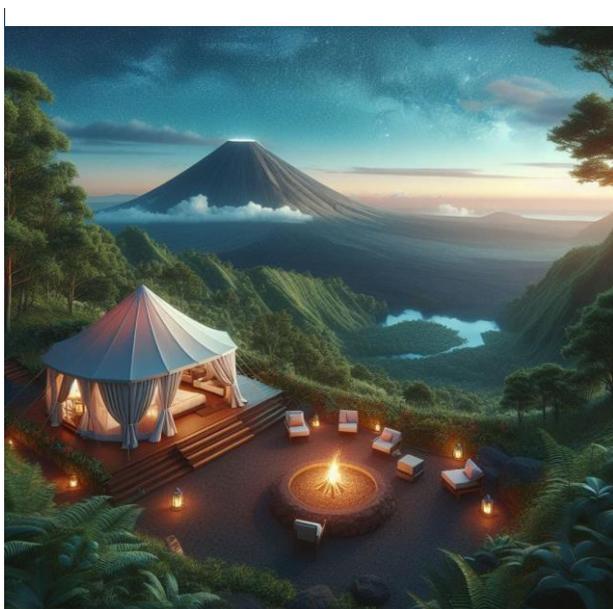
2.2.4 Glamping.

Los glamping se limitará un espacio en la cima del volcán Patahuasi, el cual estarán rodeados de la naturaleza, creando una experiencia emocionante a los visitantes que deseen pasar una noche en este lugar. Contará con 2 tipos desde el básico hasta el más amplio.

Alojamiento tipo 1 “Básico”: Será el alojamiento más económico del lugar, para dos personas y cuenta con una cubierta de tela impermeable de doble capa para favorecer la ventilación.

Alojamiento tipo 2 “Amplio”. Será un alojamiento máximo para cuatro personas, el cual contará con iluminación y calefacción.

Figura 6. *Modelo de glamping.*



2.2.5 Restaurante.

En este local se prepararán almuerzos, comida rápida y comidas típicas elaboradas con base en productos locales. Este restaurante tendrá una variedad amplia de platos, ajustándose a los diferentes presupuestos de cada grupo familiar o personas individuales que visiten el mirador.

Se utilizarán los mismos materiales para la construcción del mirador para observación del paisaje, como la madera y el techo estará recubierto con planchas de policarbonato. El área destinada para este lugar será de 15 metros de largo por doce metros de ancho, en el que estará incluidas las mesas y sillas, se instalarán seis soportes adicionales para sostener el techo de policarbonato que cubrirán las mesas y al público en general.

2.2.6 Bar.

Con la finalidad de ofrecer entretenimiento nocturno a los visitantes que decidan pernoctar, se propone la creación de un bar en donde se expendan bebidas, alcohólicas, no alcohólicas y también aperitivos.

Al ser una buena fuente de entretenimiento nocturno no se puede descuidar su apariencia que seguirá con la tendencia ecológica de las construcciones antiguas, tendrá una capacidad para 20 personas.

2.2.7. Local de artesanías.

Con el propósito de fomentar el progreso de los habitantes y elevar el bienestar de la comunidad de Baños Yunga y Chaucha, se reservará un área específica para la comercialización de artesanías. En este lugar se exhibirán productos elaborados principalmente por artesanos locales con el propósito de dinamizar la economía local. Más allá de estimular la creación de empleo, esta iniciativa representa una valiosa oportunidad para destacar aspectos culturales significativos de la parroquia.

Este local comparte las mismas características del restaurante y del mirador, ya que se usarán los mismos materiales de construcción, la diferencia será el área, debido a que contará con 2 metros de largo y 5 metros de ancho.

2.2.8 Oficina de administración.

El uso de esta oficina estará destinado para la administración del mirador, la persona encargada desde este lugar podrá dar información y ayudar en la logística cuando lleguen los visitantes.

Esta oficina será de tres metros de largo y dos metros de ancho que también será construida con materiales obtenidos de la comunidad de Baños de Yunga para que no se pierda la estética natural del sector, además de reforzar con techo de zinc.

2.2.9 Sala de juegos.

Para dar un aspecto modernizado al proyecto, se implementará un espacio de ocio en donde se tendrá acceso a diferentes juegos como fútbolín, ajedrez, naipes, entre otros, para así, no dejar ningún segmento de la demanda sin alguna actividad recreativa que se pudiese realizar.

Además, en este lugar se tendrá una sala de proyección de películas, con el fin de ofrecer al visitante una opción de entretenimiento diferente y única. La sala de proyección estará ubicada estratégicamente en un punto que ofrece vistas panorámicas del sector y sus alrededores, lo que permite disfrutar de la película mientras el visitante se maravilla con la vista combinando la diversión del cine con la belleza natural del entorno.

2.2.10 Aguas termales y vestigios arqueológicos.

La comunidad de Baños Yunga cuenta con un recurso natural de gran importancia: las aguas termales que se puede usar como un atractivo turístico complementando al mirador.

Históricamente, los primeros habitantes de Baños Yunga fueron los cañaris, indígenas que conquistaron esta zona. Estos grupos humanos poseían una notable historia y desarrollo en áreas como el trabajo, la religión y la arquitectura, pero carecían de sistemas de escritura y transmitían su conocimiento de forma oral, lo que dificulta la obtención de registros escritos que detallen las características relevantes de sus asentamientos en la parroquia.

Posteriormente, los incas también ocuparon, y aunque no existen registros precisos, se cree que sus aguas termales fueron utilizadas para realizar ceremonias y rituales que conllevaban a curaciones y purificaciones, lo que podría haber convertido a Baños en un lugar similar a Cuzco (Chávez y Criollo, 2011).

Por otro lado, en los alrededores del volcán Patahuasi se han encontrado vestigios arqueológicos como asientos tallados en piedra que se presume que era de los cañaris.

Figura 7. Señalética en el mirador.



2.3 Gestión de Calidad.

La gestión de calidad implica garantizar que se cumplan los estándares de esta índole establecidos en todas las etapas del proyecto, desde la planificación y el diseño hasta la construcción y la operación del mirador. Esto se logra a través de la implementación de procedimientos y controles adecuados, así como de una cultura de mejora continua y excelencia en la ejecución del proyecto.

La satisfacción de los clientes en un destino turístico está directamente vinculada a la calidad del mismo, la cual a menudo, se evalúa en función de su relación precio-valor. En el sector turístico, la calidad no solo ofrece una ventaja competitiva, sino que es

esencial. La experiencia ha mostrado que la infraestructura juega un papel crucial en cómo los clientes perciben el destino, ya que las instalaciones y recursos técnicos facilitan la ejecución de las actividades turísticas en dicho lugar.

Para garantizar la calidad del servicio que se quiere ofrecer con la creación del proyecto del mirador en el volcán Patahuasi, se tomará en cuenta algunos aspectos administrativos.

2.3.1 Selección del personal.

Para brindar una experiencia única y enriquecedora a los visitantes, el personal contratado para trabajar en las instalaciones será originario de la parroquia de Chaucha, específicamente de la comunidad de Baños de Yunga. Este enfoque tiene como objetivo que los residentes locales aporten un valor adicional a la experiencia turística mediante su profundo conocimiento de la zona y sus tradiciones.

Durante el proceso de selección del personal, se valorarán especialmente las siguientes competencias: predisposición para el servicio al cliente, capacidad de toma de decisiones, y habilidades para el trabajo en equipo. Estos criterios asegurarán que los empleados no solo estén capacitados para realizar sus funciones de manera eficiente, sino que también contribuyan activamente a la satisfacción y enriquecimiento de la experiencia de los visitantes.

2.3.2 Capacitación del personal.

La capacitación del personal es esencial para garantizar un servicio de calidad que no solo cumpla, sino que también supere las expectativas de los visitantes. Un equipo bien capacitado marcará la diferencia significativa en la experiencia del cliente y desempeñará un papel crucial en el éxito de este destino turístico. Se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos clave:

2.3.2.1 Orientación al cliente.

La formación debe enfocarse en habilidades de servicio al cliente, enseñando al personal cómo interactuar de manera efectiva con los visitantes. Esto incluye técnicas de comunicación, manejo de quejas y conflictos, y la capacidad de anticiparse a las necesidades del cliente.

2.3.2.2 Conocimientos específicos del destino.

Es esencial que el personal conozca con detalle el destino, incluyendo su historia, cultura y atracciones principales. Dado que el lugar contiene vestigios cañaris, es esencial

que puedan ofrecer recomendaciones personalizadas y enriquecer la experiencia del visitante con información valiosa y consejos prácticos.

2.3.2.3 Capacitación en seguridad y salud.

La seguridad es prioritaria en el turismo. Es crucial capacitar al personal en primeros auxilios, procedimientos de emergencia y protocolos de seguridad para asegurar una actuación rápida y eficiente en situaciones de emergencia.

2.3.2.4 Formación en sostenibilidad.

Capacitar al personal sobre buenas prácticas ambientales y la importancia de la conservación de los recursos naturales y culturales del destino. Esto implica entrenarlos en cómo minimizar el impacto ambiental de sus actividades y cómo comunicar estos valores a los visitantes.

2.3.2.5 Desarrollo de habilidades blandas.

Las habilidades blandas, como el trabajo en equipo, la empatía, la resiliencia y la capacidad de adaptación, son fundamentales en el entorno dinámico del turismo. Estas habilidades permiten al personal manejar diversas situaciones y personalidades de manera efectiva.

2.3.2.6 Uso de tecnología.

Dado el creciente auge de la tecnología en la gestión turística es importante que el personal esté capacitado en el uso de software de gestión de reservas, aplicaciones móviles y otras herramientas tecnológicas que mejoren la experiencia del cliente.

2.3.2.7 Idiomas.

La capacidad de comunicarse en múltiples idiomas es un valor añadido para atraer a turistas de diferentes lugares. Es por eso que ofrecer capacitación en idiomas mejora la interacción con los turistas y promueve una buena cultura del servicio.

2.3.2.8 Evaluación de procesos y mejora continua.

La capacitación debe ser un proceso continuo. Proporcionar feedback regular y oportunidades de desarrollo profesional, ayuda a mantener al personal motivado y al día con las mejores prácticas y tendencias del sector, la capacitación será fundamental para mejorar el servicio turístico principalmente en temas relacionados con la hospitalidad y saberes y tradiciones del lugar. La evaluación y mejora continua de procesos será llevado a cabo a través de la documentación de todos los cambios realizados mediante guías y estándares facilitando así la capacitación de nuevos empleados en el mirador.

2.3.3 Recopilación de información.

2.3.3.1 Encuesta de satisfacción.

Las encuestas de satisfacción son muy importantes ya que nos permitirá recopilar información de calidad para evaluar el servicio que se ofrecerá en el mirador. La encuesta se aplicará a los visitantes al finalizar su estadía en el lugar, para así analizar e identificar las áreas o servicios que se pueden mejorar.

2.3.3.1.1 Identificación de áreas de mejora.

A través de las respuestas proporcionadas en las encuestas, se van a identificar áreas específicas que necesitan mejoras, ya sean servicios, infraestructura, atención al cliente o cualquier otro aspecto en el mirador.

2.3.3.1.2 Medición de la satisfacción del cliente.

Las encuestas ofrecen una métrica cuantitativa y cualitativa de cómo los clientes perciben su experiencia. Estos datos son fundamentales para evaluar la efectividad de las estrategias del servicio que se ofrecerá en el mirador principalmente midiendo los aspectos de calidad, belleza y mantenimiento del lugar, calidad del servicio, las actividades que se ofrecerán y la relación calidad-precio.

2.3.3.1.3 Promoción de la innovación.

Los comentarios de los clientes pueden proporcionar ideas que propicien nuevos servicios, productos o mejoras a implementarse en el mirador ya sea abrir nuevas áreas de entretenimiento o desarrollar nuevos paquetes turísticos para atraer a nuevos posibles visitantes al mirador

2.3.3.2 Análisis de quejas y reclamos.

El cliente que presenta una queja, proporciona información crucial a los gestores del servicio, ya que dicha queja no solo permite corregir el error que originó el problema, sino que también, brinda la oportunidad de comunicarse con el cliente insatisfecho para ofrecerle las explicaciones necesarias. Es más probable que un cliente que ha visto resuelta su queja vuelva a utilizar el servicio, comparado con otro que, al permanecer insatisfecho y no expresar su descontento, no da esa oportunidad a la empresa.

2.4 Marketing y comercialización.

Para promocionar este atractivo turístico en la cima del volcán Patahuasi, es importante crear estrategias de marketing que resalten la exclusividad y la experiencia que ofrece este lugar al visitante.

2.4.1 Delimitación de Mercado.

Lo primordial es delimitar la población a la que se enfocará el proyecto, así que este proyecto se basa en los siguientes mercados objetivos:

Aventureros y amantes de la naturaleza: Enfocado en personas que buscan experiencias únicas y emocionantes en entornos naturales. Les gusta explorar lugares poco convencionales y disfrutar de actividades al aire libre como senderismo, observación de aves y fotografía de paisajes.

- Viajeros ecologistas: Aquellos que valoran la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente. Están interesados en alojamientos que minimicen su impacto ambiental y que ofrezcan experiencias de turismo ecológico, como aprender sobre la geología, arqueología y la flora y fauna del volcán.

- Parejas en búsqueda de escapes románticos: Parejas que buscan experiencias románticas en un entorno espectacular. Un glamping en la cima del volcán ofrece la oportunidad de disfrutar de vistas impresionantes y momentos íntimos y únicos bajo las estrellas.

- Viajeros en búsqueda de adrenalina: Personas que buscan emociones fuertes y experiencias inusuales. La idea de alojarse en la cima del volcán y contemplar vistas panorámicas puede atraer a este tipo de viajeros que buscan experiencias fuera de lo común.

- Exploradores culturales: Viajeros interesados en la cultura y la historia de la región donde se encuentra el volcán. Pueden estar interesados en aprender sobre las tradiciones locales, la gastronomía regional, la historia geológica del volcán y la arqueología del lugar, ya que se han encontrado vestigios de la cultura cañari.

2.4.2 Presencia en redes sociales.

Las redes sociales son herramientas fundamentales para promocionar los destinos turísticos debido a que tienen alcance global. Lo principal será crear una página web en la que se albergará toda la información acerca del sitio turístico y sus atractivos. Además de la creación de perfiles en plataformas como Instagram, Facebook y TikTok para compartir contenido visual, historias de viajes, y testimonios de visitantes y turistas. Utilizar hashtags relevantes para llegar a audiencias interesadas en el ecoturismo y la aventura.

2.4.3 Creación de contenido visual.

Utilizar fotografías y videos de alta calidad que muestren la belleza del paisaje volcánico y las comodidades de los servicios como el glamping, destacando las vistas panorámicas del volcán Patahuasi hacia la costa y en la cordillera.

2.4.4 Paquetes y promociones especiales.

Crearemos diferentes paquetes temáticos o promociones especiales para los diferentes tipos de visitantes.

2.4.4.1 Paquete para viajeros y amantes de la naturaleza.

En este paquete se incluye una noche en cualquiera de las dos opciones de glamping, caminatas guiadas por los senderos cercanos para explorar la flora y fauna que hay en el volcán Patahuasi. Observación de aves y fotografía de los paisajes para los amantes de la naturaleza, también incluye desayuno con su variada gastronomía, preparada con productos del lugar. A continuación, se detalla el itinerario y los costos para este paquete.

Tabla 5. *Itinerario para el paquete turístico de viajeros y amantes de la naturaleza.*

ITINERARIO PROPUESTO	
DÍA	ACTIVIDAD
Día 1	Llegada y check-in en el glamping: Los viajeros pueden elegir entre dos tipos de glamping: uno más amplio y otro básico, adaptándose a diferentes presupuestos. Actividad de la tarde: Caminata guiada por los senderos del volcán Patahuasi para explorar la flora y fauna local. Duración aproximada: 2 horas. Noche: Cena libre (no incluida en el paquete) seguida de una sesión de observación de estrellas si el clima lo permite.
Día 2	Desayuno: Incluido en el paquete, basado en gastronomía local con productos frescos del lugar. Actividad de la mañana: Sesión de observación de aves y taller de fotografía de paisajes, aprovechando la luz matutina ideal para este tipo de actividades. Check-out y despedida.

Tabla 6. Costos estimados para el paquete turístico de viajeros y amantes de la naturaleza.

COSTOS ESTIMADOS (POR PAREJA)		
SERVICIO	OPCIÓN	
	AMPLIO	BÁSICO
Alojamiento	80,00	40,00
Guías para caminatas y actividades	20,00	20,00
Alimentación	Desayuno incluido en el alojamiento. Cena y almuerzos no incluidos. Los visitantes pueden optar por comer en el restaurante.	
Equipamiento para observación de aves y fotografía	15,00	15,00
Total	\$115,00	\$75,00

2.4.4.2 Paquete para parejas que buscan una escapada romántica.

En este paquete se incluye una noche en cualquiera de las dos opciones de glamping, cena romántica preparada exclusivamente para la pareja, opción de realizar una caminata romántica por los senderos cercanos conociendo la flora y fauna del sector incluyendo picnic al finalizar este recorrido, también se incluye desayuno hecho con productos del lugar. A continuación, se detalla el itinerario y los costos para este paquete.

Tabla 7. Itinerario para el paquete turístico para parejas que buscan una escapada romántica.

ITINERARIO PROPUESTO	
DÍA	ACTIVIDAD
Día 1	Llegada y check-in en el glamping: Las parejas pueden elegir entre una opción de glamping amplio o la básica, según su preferencia. Cena Romántica: Una cena preparada exclusivamente para la pareja, con un menú diseñado para crear una atmósfera íntima y especial.

	Noche: Oportunidad para disfrutar del entorno natural bajo las estrellas, ideal para una velada romántica.
Día 2	Desayuno: Incluido en el paquete, basado en gastronomía local con productos frescos del lugar. Caminata Romántica: Recorrido guiado por los senderos cercanos para explorar la flora y fauna del área, culminando con un picnic especialmente preparado para la pareja. Check-out y despedida

Tabla 8. *Costos estimados para el paquete turístico para parejas que buscan una escapada romántica.*

COSTOS ESTIMADOS (POR PAREJA)		
SERVICIO	OPCIÓN	
	AMPLIA	BÁSICA
Alojamiento	80,00	40,00
Cena romántica (incluyendo un menú especial y una botella de vino.)	30,00	30,00
Alimentación	Desayuno incluido en el alojamiento. Cena y almuerzos no incluidos. Los visitantes pueden optar por comer en el restaurante.	
Guía para caminata y picnic	25,00	25,00
Total	\$135,00	\$95,00

2.4.4.3 Paquete para viajeros exploradores culturales.

Este paquete está diseñado para ofrecer una experiencia cultural enriquecedora para viajeros exploradores interesados en aprender sobre la historia, tradiciones locales y arqueología. Se incluye una noche en cualquiera de las dos opciones de glamping, sesiones informativas sobre la historia geológica, cultura y tradiciones de los sectores aledaños al volcán Patahuasi, visitar los vestigios arqueológicos de la cultura cañari que se encuentran en diferentes puntos del volcán, además también incluye desayuno con su variada gastronomía hecha con productos del lugar. A continuación, se detalla el itinerario y los costos para este paquete.

Tabla 9. *Itinerario para el paquete turístico para viajeros exploradores culturales.*

ITINERARIO PROPUESTO	
DÍA	ACTIVIDAD
Día 1	Llegada y Check-in en el Glamping: Opción entre un glamping amplio o básico. Sesión Informativa: Una introducción sobre la historia geológica, la cultura y las tradiciones de los sectores aledaños al volcán Patahuasi. Visita a Sitios Arqueológicos: Recorrido por los vestigios arqueológicos de la cultura cañari en puntos estratégicos del volcán. Noche: Libre para explorar la zona o descansar en el glamping.
Día 2	Desayuno: Incluido en el paquete con productos locales variados. Actividad opcional: Una caminata guiada adicional o tiempo libre para explorar por cuenta propia. Check-out y Despedida.

Tabla 10. *Costos estimados para el paquete turístico para viajeros exploradores culturales.*

COSTOS ESTIMADOS (POR PAREJA)		
SERVICIO	OPCIÓN	
	AMPLIA	BÁSICA
Alojamiento	80,00	40,00
Guía Cultural y Arqueológico	20,00	20,00
Alimentación	Desayuno incluido en el alojamiento. Cena y almuerzos no incluidos. Los visitantes pueden optar por comer en el restaurante.	
Visita a sitios arqueológicos	Incluido en el paquete	
Total	\$100,00	\$60,00

En general, todos los paquetes incluyen el uso de los servicios otorgados por los moradores de la comunidad local, además de que pueden visitar las termas de agua caliente, una vez que se desciende del volcán.

2.4.5 Plan de promoción.

El plan de promoción es esencial para el desarrollo y el éxito para el destino turístico que se quiere desarrollar en el volcán Patahuasi. Para nuestro plan de promoción vamos a utilizar las siguientes herramientas promocionales:

2.4.5.1 Logo.

Para promocionar al volcán Patahuasi como un destino turístico importante, asignaremos un logo que estará acompañado de un nombre comercial: “Volcán Patahuasi”, donde la belleza se eleva, el cual va a crear un posicionamiento en el mercado turístico.

Figura 8. *Logo mirador Patahuasi.*



2.4.5.2 Material impreso.

El material impreso (trípticos y flyers) serán distribuidos en diferentes lugares como hoteles y puntos de información en el cantón Cuenca para que puedan ser distribuidos al público. También en la terminal terrestre de Cuenca por medio de las ventanillas de diferentes cooperativas de transporte para que los turistas se informen sobre este atractivo turístico.

2.4.5.3 Publicidad en medios impresos y radiales.

Para realizar esta publicidad se considerará una campaña de lanzamiento y mantenimiento en los principales periódicos y radios de la ciudad de Cuenca y la provincia de Azuay para que de esta manera la población local se entere del atractivo que posee.

2.4.5.4 Página web.

Los beneficios de esta opción radican en su bajo costo y su alta efectividad. Sin embargo, es crucial seleccionar cuidadosamente los lugares donde se realizará la promoción, así como los buscadores en los que se participará. La efectividad de este medio también estará determinada por el funcionamiento óptimo de la página web. Por esta razón, se desarrollará un sitio web amigable e interactivo para atraer a nuestro mercado objetivo.

A través de esta plataforma tecnológica se detallarán minuciosamente los servicios y actividades ofrecidos por el atractivo turístico. Además, la página web proporcionará un mapa interactivo ilustrado que mostrará las distancias y los recorridos desde las principales ciudades del país y otros municipios o parroquias cercanas.

Asimismo, se promocionará el atractivo a través de otros sitios web, como el del Ministerio de Turismo de Ecuador, la municipalidad de Cuenca y el GAD de Chaucha. Esto se logrará mediante enlaces que permitirán que nuestros potenciales clientes visiten nuestra página, nos conozcan y se interesen en este destino turístico.

2.4.6 Estrategias de comercialización.

2.4.6.1 Comercialización directa.

Al hablar de distribución directa se hace referencia a que no existen intermediarios, el cliente compra directamente en las oficinas del mirador turístico, permitiendo establecer estrechas relaciones con los futuros visitantes

2.4.6.2 Oficina de administración.

El proceso de venta en las oficinas de administración del mirador en el volcán Patahuasi será bastante estructurado y profesional, dado que se enfocará en optimizar la experiencia del cliente mientras maximiza la eficiencia y efectividad de las ventas.

Cuando los visitantes llegan a la oficina de administración situada en el mirador turístico, serán recibidos por personal capacitado que está listo para asistirlos. Este personal que serán moradores de las parroquias donde se ubica el Patahuasi son conocedoras del área y pueden proporcionar información detallada no solo sobre los paquetes turísticos disponibles sino también sobre la historia, la cultura y la ecología del lugar.

El personal de la oficina escucha las necesidades y preferencias de los visitantes, realizando preguntas para entender mejor sus intereses. Esto puede incluir preguntas sobre la duración de la visita, el número de personas, intereses particulares en actividades específicas (como caminatas, observación de aves, visitas culturales o arqueológicas, etc) y cualquier necesidad especial.

Basándose en la información recopilada, los empleados presentan diferentes paquetes turísticos que coinciden con los intereses y el presupuesto del visitante. Estos paquetes pueden variar desde el alojamiento en los distintos tipos de glampings, visitas guiadas de un día hasta experiencias más largas que incluyen alojamiento, comidas y actividades múltiples.

Una vez que el cliente decida sobre el paquete turístico que más le haya gustado, se procederá a la reserva y al pago. Este proceso puede incluir el llenado de formularios de reserva, la aceptación de términos y condiciones, y el pago a través de diferentes métodos como efectivo, tarjeta de crédito, o transferencias bancarias.

2.4.6.3 Comercialización indirecta.

Al referirse a la distribución indirecta, se habla de la comercialización de servicios o productos a través de intermediarios. En el contexto del turismo, estos intermediarios pueden incluir agencias de viajes, oficinas de información turística, y plataformas digitales como una página web. Estos canales juegan un papel fundamental en la promoción de destinos turísticos al ampliar el alcance del marketing y facilitar el acceso a los servicios para un público más amplio y diverso.

2.4.6.4 Agencias de viaje.

Por medio de agencias de viajes que incluyan o incorporen en sus paquetes turísticos a la oferta del mirador Patahuasi para generar más promoción turística.

2.4.6.5 Oficina de información turística.

En las diferentes oficinas de información turística del cantón Cuenca, se dará toda la información necesaria para que sea transmitida correctamente a los turistas, además de realizar reservaciones en el caso de alquiler de glampings.

2.4.6.6 Página web.

En la página web del mirador turístico habrá un espacio para las reservaciones en el caso de alquiler de algún servicio ofrecido en el mirador. Además de que la página web servirá como una herramienta importante de promoción de los servicios que se ofrecerá

2.5 Posibilidades de financiamiento y cooperación.

Para la creación de este atractivo turístico en el volcán Patahuasi, hay varias posibilidades de financiamiento y cooperación que se puede explorar:

2.5.1 Inversión pública estatal.

A través de recursos financieros y esfuerzos de entes públicos que permitan la construcción, protección y conservación en el volcán Patahuasi. A continuación, se detalla qué entes públicos podrían ser una fuente de inversión:

2.5.1.1 GAD Parroquial de Chaucha o moradores de Baños Yunga.

Los GAD parroquiales podrían desempeñar un papel integral en la creación y gestión del mirador en el volcán Patahuasi, contribuyendo con financiamiento, gestión del proyecto, planificación y diseño, promoción y difusión, y mantenimiento y gestión continua del sitio. Su participación activa y comprometida sería fundamental para el éxito y la sostenibilidad del proyecto, debido a dicho atractivo turístico está ubicado dentro de las limitaciones de la parroquia, trayéndoles muchos beneficios principalmente económicos.

2.5.1.2 GAD Cantonal de Cuenca.

El GAD de la ciudad podría asignar fondos del presupuesto para financiar parte o la totalidad del costo de construcción del mirador. Esto podría incluir la adquisición de materiales, contratación de mano de obra y otros gastos asociados con la construcción.

Una vez que el mirador y todo el complejo turístico esté construido el GAD de la ciudad de Cuenca podría asumir la responsabilidad de mantenimiento y gestión continua del sitio, asegurando que esté en buenas condiciones y promocionando servicios básicos

como electricidad y agua potable, ya que en la actualidad en el sitio donde se pretende hacer el mirador no se cuenta con estos servicios, lo cual podría ser un limitante.

2.5.1.3 Ministerio de Turismo de Ecuador.

Esta entidad pública desempeña un papel crucial debido a su enfoque en aumentar la disponibilidad de destinos y servicios turísticos sostenibles y competitivos en todo el país.

El Ministerio de Turismo cuenta con el programa “Emprende Turismo” el cual se creó para apoyar a las iniciativas innovadoras de micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), relacionadas al sector turístico, que buscan el crecimiento y mejora continua.

El capital otorgado que se repartirá para las propuestas ganadoras es de 120.000 dólares, por lo que sería un buen capital semilla que inicie la construcción del mirador turístico (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2023).

2.5.2 Inversionistas privados.

Los inversionistas privados pueden aportar el capital necesario para financiar la construcción del mirador en el volcán Patahuasi, lo que permite llevar a cabo el proyecto sin depender exclusivamente de fondos públicos. Además, los inversionistas privados suelen tener experiencia y conocimiento del mercado turístico, lo que les permite identificar oportunidades de inversión y desarrollar proyectos que satisfagan las necesidades y demandas de los visitantes.

Otro punto a favor es que los inversionistas privados suelen tener una gestión más eficiente y ágil en comparación con las entidades públicas, lo que puede ayudar a garantizar que el proyecto se complete en tiempo y forma, y que se obtengan retornos financieros adecuados.

La participación de un inversionista privado en la construcción del mirador en el volcán Patahuasi puede ser fundamental para el éxito y la viabilidad del proyecto, al aportar capital financiero, experiencia en el mercado, innovación, eficiencia en la gestión y beneficios económicos y sociales para la parroquia y el cantón en general.

2.5.3 Plan de gestión.

El financiamiento para la construcción del mirador turístico en la cima del volcán Patahuasi será de 50% financiado por los GAD que serán beneficiados como Baños Yunga y Chaucha, además el trabajo acompañado con el GAD de Cuenca que se

encargará de la implementación de servicios básicos como provisión de servicios básicos (luz y agua). El otro 50% de inversión será por inversores privados a los cuales se les deberá vender la idea de comercialización con el fin de que inviertan con capital explicándoles los beneficios que obtendrían si decidieran invertir en el proyecto

La administración del mirador estará a cargo de la comunidad, ya que ellos serán los principales beneficiarios de este destino turístico, además que la contratación de personal para los diferentes servicios turísticos será netamente de la comunidad. A continuación, se detallan las necesidades que tendría la comunidad para llevar a cabo el proyecto turístico:

2.5.3.1 Infraestructura.

Crear el mirador en el volcán Patahuasi y que se convierta en un destino turístico exitoso requiere una inversión significativa en infraestructura. Esta infraestructura no solo facilita el acceso y la comodidad para los turistas, sino que también realza la experiencia del visitante y contribuye al desarrollo económico sostenible de la comunidad.

Para la construcción de la infraestructura se tomará en cuenta la necesidad de implementación y el costo para hacerlo posible además está organizado en la necesidad de construcción, sea a corto, mediano o largo plazo.

2.5.3.1.1 Inversión a corto plazo.

A continuación, se detalla la inversión a corto plazo, es decir su construcción es primordial y debe hacerse desde el día 1 de construcción para el correcto funcionamiento del mirador Patahuasi.

Tabla 11.

Detalle de inversión a corto plazo.

INVERSIÓN A CORTO PLAZO	
RUBRO	TOTAL
Construcción y delimitación de senderos	\$1000,00
Cabañas del mirador	\$1000,00
Restaurante	\$5000,00
Local de artesanías	\$1000,00
Oficina de administración	\$2000,00
Total	\$10000,00

El costo inicial para la construcción del mirador en el cerro Patahuasi será de \$10000,00 y serán los principales servicios que se deberán implementar para el correcto funcionamiento del mirador.

2.5.3.1.2 Inversión a mediano plazo.

A continuación, se detalla la inversión a mediano plazo, tomando en cuenta que estas instalaciones pueden construirse a partir del primer año de funcionamiento del mirador Patahuasi.

Tabla 12.

Detalle de inversión a mediano plazo.

DETALLE DE INVERSIÓN A CORTO MEDIANO PLAZO	
RUBRO	TOTAL
Glampings	10000,00
Bar	3000,00
Sala de juegos	5000,00
Total	18000,00

El costo a mediano plazo será de \$18000,00 para la implementación de servicios secundarios que mejorarán la experiencia del visitante en el mirador Patahuasi.

Cabe recalcar que la construcción de los espacios se hará con materiales obtenidos de la comunidad Baños de Yunga y Chaucha con el fin de generar sostenibilidad, armonía con el paisaje del lugar y abaratar costos de construcción.

2.5.3.2 Capacitaciones.

La capacitación juega un papel fundamental en el desarrollo y el éxito de un destino turístico. Enfocarse en la formación del personal no solo mejora la calidad del servicio ofrecido, sino que también asegura que la experiencia del turista sea positiva y enriquecedora.

Una formación adecuada asegura que todos los empleados, desde la recepción hasta la gestión de servicios, entiendan sus roles y puedan desempeñar sus tareas de manera efectiva. Además, personal bien capacitado es capaz de manejar situaciones

diversas, resolver problemas y proporcionar un servicio que cumpla con las expectativas de los visitantes al mirador.

Es esencial que el personal del destino turístico tenga un conocimiento profundo de los productos y servicios que se ofrecen, así como de la historia y cultura local. Esto les permite compartir información valiosa y precisa con los visitantes, mejorando así la experiencia general del turista y fomentando un turismo más consciente y respetuoso.

Este capítulo proporcionó toda la información para el diseño e implementación de un mirador turístico en el volcán Patahuasi. Además, se determinaron las principales estrategias de marketing y comercialización destacando la importancia de promocionar a este mirador como un destino lleno de atractivos gracias a sus paisajes y riquezas naturales, como las termas y vestigios arqueológicos de la cultura cañari. Este proyecto busca la financiación mixta, la mitad de la financiación será cubierta por los GAD involucrados de Chaucha y Baños Yunga ya que serán los principales beneficiarios generando así desarrollo y empleo para los habitantes de estas parroquias y la otra mitad de financiamiento será cubierta por inversores privados.

2.6 Conclusiones.

En conclusión, este capítulo está dedicado a proporcionar de manera detallada su diseño, equipamiento e implementación de estrategias de publicidad y gestión del mismo. Además, se identifican las diferentes necesidades con relación a las actividades y servicios que se debe implementar para una atención de calidad hacia los diversos y exigentes visitantes; finalmente, se considera importante, incorporar a instituciones o personas naturales como posibles inversionistas en caso de que la demanda de turistas exija.

CAPÍTULO 3.

3. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROCESO DE SOCIALIZACIÓN.

3.1. Introducción

3.2. Propósito de la socialización.

Difundir e informar a todos los sectores involucrados tales como residentes locales, autoridades parroquiales, empresas privadas, sobre el trabajo realizado por los estudiantes y sus posibles beneficios para la comunidad de Baños Yunga y para la parroquia Chucha en general. Se sabe que esta zona por falta de fuentes de empleo, los pobladores más jóvenes han tenido que migrar fuera de la parroquia, por lo que la socialización también buscó generar interés y la aprobación de todos los actores relevantes para su desarrollo y éxito del mismo. De esta forma se busca garantizar una implementación efectiva y sostenible del mirador turístico, aprovechando de manera respetuosa y responsable los recursos naturales y culturales existentes en la zona, contribuyendo al desarrollo económico y social de la comunidad.

3.2.1. Descripción de los actores locales involucrados.

- Rodrigo Cortes (presidente del GAD de Chaucha)
- Ramiro Urgiles (teniente Político de Chaucha)
- P. Danilo Barragán (Párroco de Chaucha)
- Dr. Josep Pasquel (Coordinador técnico centro de salud Chaucha)
- Franklin Bermeo (Coordinador cuerpo de bomberos estación 11 Chaucha)
- Luis Saquinaula (Rector de la Unidad Educativa San Gabriel de Chaucha)
- German Poso (Propietario de las aguas termales)
- Vinicio Fajardo (Líder comunitario Baños Yunga)
- Rocío Bustamante (Propietaria del terreno a intervenir)
- Hernán Valencia (Líder comunitario San Gabriel).

3.2.2. Métodos y herramientas utilizadas para la socialización.

En el marco de la planificación de la propuesta de desarrollo comunitario, mencionamos que fue necesario convocar a una asamblea general con el propósito de

informar y discutir los detalles del mismo. Por tal circunstancias se enviaron oficios a cada una de las autoridades locales pertinentes, como también a los líderes comunitarios y a los diversos actores involucrados en la iniciativa, de igual manera se extendió la invitación a las empresas privadas interesadas en apoyar y colaborar con la propuesta, La asamblea se ejecutó como un espacio de diálogo y participación, en el que se buscó involucrar a los diferentes actores relevantes para garantizar el éxito y la sostenibilidad de la propuesta.

3.3. Descripción del proceso de socialización:

3.3.1. Fecha y localización del evento de socialización.

La socialización se realizó el viernes 17 de mayo a partir de las 10H30 de la mañana en el salón de recepciones del GAD parroquial de Chaucha.

3.3.2. Descripción del evento.

El evento se realizó con total normalidad, tuvo una duración de 4horas y el itinerario fue el siguiente:

- 10:30 AM: Registro de asistentes.
- 10h40: Palabras de bienvenida a cargo de Milton Urgilés.
- 10h50: Palabras del presidente del GAD de Chaucha.
- 11h00 Intervención del Mgtr. Luis Saquinaula, “Rector de la Unidad Educativa San Gabriel de Chaucha”.
- 11h10: Presentación de la propuesta realizada por los estudiantes (Hilda Sigua e Irma Barros).

TEMA: Propuesta de señalización turística y mejoramiento de los senderos de la Cascada de Jerez.

- 11:25 AM: Debate de las propuestas por parte de los asistentes (plenaria, ronda de preguntas). Compromisos de los actores.
- 11:35 AM: Presentación de la propuesta realizada por los estudiantes (Julia Cárdenas y Daniela y Minchalo).

TEMA: Propuesta para potenciar un restaurante en la parroquia de Chaucha, cantón Cuenca.

- 11:50 AM: Debate de las propuestas por parte de los asistentes (plenaria, ronda de preguntas). Compromisos de los actores.
- 12h00 PM: Coffee break.
- 12:15 PM: Presentación de la propuesta realizada por la estudiante (Corina Ortiz).

Tema: Propuesta para la creación de un restaurante de comida típica en la comunidad de Sucus parroquia Chaucha, cantón Cuenca.

- 12:30 PM: Debate de las propuestas por parte de los asistentes (plenaria, ronda de preguntas). Compromisos de los actores.
- 12:40 PM: Presentación de la propuesta realizada por los estudiantes (Milton Urgiles y Darío Vega).

Tema: Propuesta para la creación de un mirador turístico en la cima del volcán Patahuasi, comunidad de Baños Yunga, parroquia Chaucha.

- 12h55 PM: Debate de las propuestas por parte de los asistentes (plenaria, ronda de preguntas). Compromisos de los actores.
- 13:05 PM: Presentación de la propuesta realizada por el estudiante (Alejandro Chacho y Juan Loja).

Tema: Ruta Agroturística del café.

- 13:20 PM: Debate de las propuestas por parte de los asistentes (plenaria, ronda de preguntas). Compromisos de los actores.
- 13:40 PM: Palabras de agradecimiento y despedida a cargo de Darío Vega.
- 13:50 PM: Almuerzo a todos los asistentes (restaurante Alicia).

3.4. Desarrollo del proceso de socialización.

3.4.1. Descripción de los temas tratados durante la socialización.

Durante la socialización con los diferentes actores locales y comunitarios, se presentó la propuesta detallada para la construcción del mirador turístico en la cima del volcán Patahuasi. La propuesta incluyó la ubicación exacta del mirador, la ruta de acceso, los materiales y recursos necesarios para llevar a cabo la construcción.

Sin embargo, se resaltó que sin la colaboración de los actores que viven alrededor del lugar donde se implementará la propuesta, no será posible la ejecución. Por lo tanto, se mencionó que estos actores serán parte fundamental de la propuesta a corto, mediano y largo plazo como una oportunidad de desarrollo económico y para mostrarse a nivel local, cantonal y provincial.

Se explicó que Chaucha es una de las parroquias rurales más alejadas del cantón y ha tenido poca intervención por parte de las autoridades tanto cantonales como provinciales, especialmente en temas de vialidad, lo que ha sido una limitación para el desarrollo de diferentes propuestas. Por esta razón, el GAD parroquial realizó un recorrido con las autoridades competentes, líderes comunitarios y diferentes actores para

dar a conocer la necesidad de una vía de primer orden que contribuya al desarrollo del Turismo Rural.

Además, se discutieron las medidas de seguridad y sostenibilidad, con el objetivo de preservar el entorno natural y garantizar la protección del ecosistema del volcán. Se mencionaron los beneficios económicos que la creación de este mirador turístico podría aportar a la comunidad de Baños Yunga, como la generación de empleo, el aumento de las ventas de productos locales y la promoción de la cultura y tradiciones de la zona.

Se propuso trabajar de manera articulada con las demás propuestas turísticas y proyectos ya en ejecución para mejorar la atención y servicio a los visitantes, así como para poder exigir el apoyo y las mejoras correspondientes para un turismo rural de calidad a la altura del mundo. Por último, se solicitó la participación activa de los habitantes de la comunidad durante toda la fase de implementación de la propuesta.

3.4.2. Desafíos y obstáculos suscitados durante la socialización.

La propuesta de construcción de un mirador y la adecuación de la planta turística en la parroquia de Chaucha presenta un gran potencial turístico, sin embargo, para llevarla a cabo será fundamental trabajar de manera articulada entre las diferentes autoridades locales, cantonales y provinciales, así como con la empresa privada y demás actores comunitarios.

Es necesario socializar la propuesta con las autoridades cantonales y provinciales para dar a conocer este potencial turístico y obtener su apoyo.

Durante la socialización, se mencionó que la propuesta es viable, pero se planteó la preocupación de que la ruta de acceso es demasiado larga, ante esta inquietud, se propuso que la ruta de acceso al mirador se pueda ascender mediante cabalgata y el descenso se realice caminando.

Esta sugerencia permitiría hacer la experiencia más accesible para los visitantes y potenciales turistas. La colaboración de todos los involucrados será clave para superar este desafío y lograr el desarrollo turístico deseado en la parroquia de Chaucha.

3.4.3. Compromisos de los actores locales.

GAD parroquial: Buscar las fuentes de financiamiento y cooperación en las diferentes identidades locales, cantonales y provinciales para el desarrollo y ejecución de la propuesta con el fin de dar a conocer que la parroquia de Chaucha posee encantos turísticos a la altura del mundo que pueden ser explorados por los diferentes amantes de la naturaleza, románticos y aventureros.

Cooperativa de Ahorro y crédito COAC: ha demostrado su compromiso con el desarrollo local de la población, pero han expresado su decepción por la interrupción del convenio que existía con el GAD parroquial para la entrega de créditos preferenciales en el ámbito turístico. A pesar de esto, están dispuestos a invertir en la señalética de la ruta de acceso a la propuesta, siempre y cuando se incluya el logotipo de la identidad financiera.

Lideres comunitarios: han mostrado su disposición a colaborar y trabajar en equipo para la ejecución de la propuesta, con el fin de impulsar el desarrollo local de la parroquia de Chaucha. Con el apoyo de estas entidades y líderes locales, se espera que la iniciativa turística tenga éxito y contribuya al crecimiento y progreso de la comunidad.

3.5. Reflexiones y lecciones aprendidas.

3.5.1. Evaluación del proceso de socialización.

La socialización de las diferentes propuestas turísticas realizada en el salón del GAD parroquial se llevó a cabo con total normalidad, aunque cabe recalcar que hay que mejorar la organización y el cumplimiento de cada uno en los roles asignados.

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

Importancia de la participación y consulta comunitaria: Mediante la socialización se pudo conocer las preocupaciones y necesidades de la comunidad, así como contar con su apoyo y compromiso con el proyecto.

Sensibilización sobre la conservación del entorno natural: Durante la socialización, se mencionó la importancia de preservar el entorno natural y de promover prácticas sostenibles en el desarrollo turístico. Siendo de suma importancia ya que se garantizaría la protección del ecosistema y la biodiversidad local.

Alianzas estratégicas con actores claves: Durante la socialización, se establecieron alianzas con diferentes actores clave, como autoridades locales, empresa privada y actores comunitarios. Siendo fundamentales para el éxito del proyecto y para garantizar su sostenibilidad a corto, y largo plazo.

Evaluación de impacto y seguimiento continuo: Dicha socialización brindó la oportunidad de recoger comentarios y sugerencias de los diferentes actores involucrados, que son muy importantes y a su vez serán tomadas en cuenta en la implementación del proyecto.

3.6. Lecciones aprendidas durante la socialización:

El turismo es una actividad que requiere de la colaboración de diversos actores, como gobiernos locales, empresas turísticas y la comunidad en general. Sin esta colaboración, es difícil que el turismo pueda desarrollarse de manera exitosa, para beneficio de la localidad. Además, el turismo no puede darse si existen conflictos en la región, ya que esto afecta la percepción de los turistas y disminuye la afluencia de visitantes. A su vez, el presupuesto suele ser una limitante en el desarrollo turístico, por lo que es importante buscar formas creativas de financiamiento. Los actores involucrados también deben estar capacitándose constantemente para brindar un buen servicio que garantice una experiencia positiva para cada uno de los diferentes visitantes. A pesar de todas estas dificultades, el turismo es una actividad que genera sus frutos a largo plazo, ya que contribuye al desarrollo económico, social y cultural de la región.

Conclusiones y recomendaciones.

Conclusiones.

Al ejecutarse la propuesta indicada se contribuiría con el desarrollo turístico de la localidad brindando visitas de turistas permanentes a la parroquia ya que dicha propuesta tendrá un impacto positivo, que genera fuentes de trabajo para los moradores de la localidad, dinamizando así la economía de las familias.

Sin embargo, cabe mencionar la necesidad de realizar un estudio de impacto ambiental para garantizar la preservación del entorno natural del volcán. Para lo cual se realizó la socialización con las autoridades locales y pequeños grupos de emprendedores en la cual mencionaron, que la propuesta turística es muy viable ya que se articula positivamente con sus emprendimientos, siendo muy factible si se cuenta con el apoyo del GAD parroquial, cantonal y provincial.

Recomendaciones.

Que esta propuesta se debe poner en marcha lo más pronto posible, ya que corre un alto riesgo que la vecina parroquia del Carmen de Pijilí se apodere con seccionando el lugar.

Capacitar a personas de la comunidad local sobre conocimientos y atenciones a los visitantes para poder brindar un servicio con los más altos estándares de calidad.

Para la ejecución de dicha propuesta es de prioridad que el GAD parroquial mejore el acceso vial hacia la parroquia y por ende también a la comunidad.

Que el gobierno autónomo descentralizado de la parroquia, gestione convenios de cooperación con empresas privadas y públicas para el implemento de infraestructura.

Referencias.

Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.03.001>

Boley, B. B., McGehee, N. G., Perdue, R. R., & Long, P. (2014). Empowerment and resident attitudes toward tourism: Strengthening the theoretical foundation through a Weberian lens. *Annals of Tourism Research*, 49, 33-50. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.08.004>

CHAUCHA, CENTRO DE SALUD. (2022). Análisis situacional integral de salud (ASIS). Cuenca.

Chaucha, G. A. (2023). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de parroquia Chaucha. Cuenca.

CHAUCHA, G. P. (2023). PDOT. Obtenido de <https://chaucha.gob.ec/azuay/ubicacion-geografica/>

Equipamiento y Servicio para el Turismo Ecológico. (2013). Equipamiento y Servicio para el Turismo Ecológico. Obtenido de https://recursosbiblio2.url.edu.gt/publicjlg/Lib/IDIES/dt_Comalapa.pdf

Chávez, J., & Criollo, G. (2011). Las aguas termales de la parroquia baños (2000-2011). En J. Chávez, & G. Criollo, las aguas termales de la parroquia baños (2000-2011) (pág. 21). Cuenca.

Garrod, B., Wornell, R., & Youell, R. (2006). Reconceptualising rural resources as countryside capital: The case of rural tourism. *Journal of Rural Studies*, 22(1), 117-128. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2005.08.001>

Hall, C. M., & Richards, G. (Eds.). (2000). *Tourism and sustainable community development*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203464918>

INEC. (2010). Instituto nacional de estadística y censo. Obtenido de instituto nacional de estadística y censo: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-de-poblacion-y-vivienda-2010/#>

Inskeep, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. Van Nostrand Reinhold.

Lane, B., & Kastenholz, E. (2015). Rural tourism: The evolution of practice and research approaches – Towards a new generation concept? *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9), 1133-1156. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1083997>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (marzo de 2016). Obtenido de Ministerio de Turismo del Ecuador: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (11 de septiembre de 2023). Obtenido de Ministerio de Turismo del Ecuador: <https://www.turismo.gob.ec/la-nueva-convocatoria-del-programa-emprende-turismo-ya-esta-abierta/#:~:text=Emprende%20Turismo%20se%20cre%C3%B3%20para,el%20crecimiento%20y%20mejora%20continua>.

Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica. (mayo de 2018). Obtenido de Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica: <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/05/Reglamento-Especial-de-Turismo-en-Areas-Naturales-Protegidas.pdf>

PDT CHAUCHA. (2019). PDT CHAUCHA. Obtenido de <https://chaucha.gob.ec/azuay/actualizacion-del-plan-de-desarrollo-y-ordenamiento-territorial-pdyot/>

PDT CHAUCHA. (2023). PDT CHAUCHA. Obtenido de <https://chaucha.gob.ec/azuay/ubicacion-geografica/>

turismo Rural ONU. (2020). turismo Rural ONU. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/turismo-rural>

Valor Estratégico del turismo Rural. (2010). Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S012099652010000300018&script=sci_arttext

UNWTO. (2013). *World tourism barometer January 2013*. World Tourism Organization. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284415586>

UNWTO. (2019). *International tourism highlights, 2019 edition*. World Tourism Organization. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421150>

UNWTO. (2020). *International year of sustainable tourism for development, 2017*. World Tourism Organization. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419409>

Anexos y materiales de apoyo:

Figura 9. Registro de asistentes.

SOCIALIZACIÓN DE PROYECTOS DE TITULACIÓN REGISTRO DE ASISTENTES

Proyectos:

Propuesta de señalización turística y mejoramiento de los senderos a la Cascada Jerez / Propuesta para potenciar un restaurante en la parroquia Chaucha cantón Cuenca / Propuesta para la creación de un restaurante de comida típica en la comunidad de Sucus, parroquia Chaucha, cantón Cuenca / Propuesta para la creación de un "Mirador Turístico en la Cima del Volcán Patahuasi" ubicado en la comunidad de Baños Yunga, Parroquia Chaucha del cantón Cuenca, Provincia del Azuay / Ruta Agro turística del café.

Estudiantes encargados:

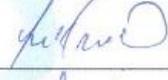
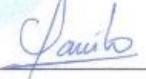
Irma Barros, Hilda Sigua, Julia Cárdenas, Daniela Minchalo, Diana Ortiz, Milton Urgiles, Dario Vega, Alejandro Chacho y Juan Loja.

Lugar: Salón de reuniones del GAD parroquial de Chaucha.

Fecha: Viernes 17 de mayo de 2024.

Hora: 10H15 am.

Nombres y Apellidos	Cédula de identidad	Comunidad/Institución	Cargo	N° Celular	Firma
Elegio Juanango	0102055464	San Antonio		0989985271	
Cecilia Sigua	010378397-3	Haba,	Lider Comunitario	0979754049	
HERNAN VALENCIA	010386662-8	San Gabriel	Lider Comunitario	099490684	
Edwin Acosta	0105870562	GAD - CHAUCHA	Vocal Sociales	0980872260	
Marco Sormiento	010294087-1	Cuenca		0989783181	
Franklin Bermeo Muñoz	0102149440	Bomberos	Sub Oficial	0984731752	

German Pózo	0101764693	Playa Sucos	comerciante	0991312042	
Paul Ernesto Sagunault Otavalo	0106356538	Punto Digital Gratuito	Facilitador	0999370974	
Lucinda Mireya Binto Jacome	0106385651	Emprendimiento Patawasi	Socia	0967822350	
Edgar Jonathan Fajardo Puloua	0106359524	C.S. CHAUCHA	Guardia de Seguridad	0967272810	
Kevin Jesús Balsera Medina	0925792732	C.S. Chaucha	médico rural	0988383621	
Luis Edison Ninobanda Aguilar	0250099728	UPS	Policia	0979906378	
Miranda León Oscar Gonzalo	0931299259	UPC. Parroquia San Gabriel	PPNN	0987589795	
Violeta del Rocío Bustamante Elizalde	0703947598	Baños Gongu-EEB. Cesar Humberto Huiles Braud	Profesora	0990401897	
Walter Jairo Sigua Páez	0104110903	Sucos	Habitante	0990782960	
Walter Ramiro Urigales Páez	010560332-8	Tenencia Política	Teniente Político	0958987144	
Daniela Marcial Banagán F	020209842-2	Parroquia Federativa	Páez	0999183216	
María Teresa Vega V	010193904-2	San Gabriel	Habitante	4045813	
Alfonso Ponce Lombardi Vazquez	0971935785-0	San Gabriel Bibliotecario	Bibliotecario	0980301874	

3.6.1. Resúmenes de las notas tomadas durante la socialización.

Se resaltó la importancia de aprovechar el potencial turístico de la zona, especialmente la belleza natural de la comunidad.

Se mencionó la necesidad de realizar un estudio de impacto ambiental para garantizar la preservación del entorno natural del volcán.

Se discutió la posibilidad de trabajar en conjunto con las autoridades locales y comunitarias para obtener el apoyo necesario para la implementación del mirador turístico.

Se sugirió la creación de infraestructuras adecuadas como senderos, miradores y servicios básicos para los visitantes.

Figura 10.

Socialización del evento.





Nota: desarrollo de socialización.

