



CARRERA TÉCNICO SUPERIOR EN GUÍA NACIONAL DE TURISMO

TEMA:

**“PROPUESTA DE PROGRAMA DE TURISMO DE
NATURALEZA EN LA COMUNIDAD DE
HUASIPAMBA, PARROQUIA CAÑARIBAMBA,
CANTÓN SANTA ISABEL, PROVINCIA DEL AZUAY”**

Proyecto integrador de grado, previo a la obtención del título
de guía en turismo con equivalente a técnico superior.

AUTOR: Marcos Jeovany Rodríguez Guerrero

DIRECTOR: MSC. Luis Ludeña

D.M. Quito, 10 de agosto de 2023

DEDICATORIA

Me complace dedicar estas palabras de gratitud y reconocimiento a todos aquellos que han sido parte de mi trayecto académico y personal durante la realización de este proyecto. Su apoyo incondicional ha sido fundamental para alcanzar este importante logro en mi vida.

En primer lugar, quiero expresar mi profunda gratitud a mi familia. A mis padres, por su amor, paciencia y constante aliento en cada etapa de mi vida, así como también de mi educación. A mis hermanos, por su apoyo moral y por ser un constante recordatorio de la importancia de perseverar en busca de nuestros sueños sin importar las adversidades.

Agradezco de manera especial a mi director de tesis, MSC. Luis Ludeña cuya sabiduría, orientación y apoyo me han guiado a lo largo de este arduo proceso. Sus conocimientos y su dedicación han sido invaluable para mí. Gracias por escuchar mis ideas y por ayudarme a pulir mis argumentos. Sin su guía, esta tesis no habría sido posible.

Por último, pero no menos importante, quiero agradecer a todas las fuentes de conocimiento y bibliografía que he consultado durante mi investigación. Los autores, investigadores y académicos cuyos trabajos he utilizado como base para mi proyecto han dejado un legado invaluable en el campo, y me siento agradecido por su dedicación a la búsqueda del conocimiento.

Este Proyecto es el resultado de un gran esfuerzo colectivo, y a todos ustedes les debo mi más sincero agradecimiento. Su apoyo, comprensión y aliento me han impulsado a superar los desafíos y obstáculos que encontré en el camino. Espero

que este trabajo pueda ser una contribución valiosa a mi pueblo, a la comunidad académica y a la sociedad en general.

Con cariño y gratitud, Marcos Rodriguez

AGRADECIMIENTO

Me gustaría expresar mi profundo agradecimiento a todas las personas que desinteresadamente contribuyeron a la realización de este proyecto. Han sido meses de arduo trabajo, dedicación y aprendizaje, y no habría sido posible sin el apoyo de todos ustedes.

En primer lugar, deseo expresar mi gratitud a mi asesor, MSC. Luis Ludeña cuya orientación experta y paciencia inquebrantable guiaron cada paso de este proceso.

También quiero agradecer a mi familia por su constante apoyo emocional y comprensión a lo largo de esta travesía. Sus palabras de aliento y su confianza en mí fueron mi fuente de inspiración para superar los desafíos presentados.

Este logro es el resultado del esfuerzo dedicación de mi persona, así como también del apoyo de mi familia y personas especiales que estuvieron pendientes en todo momento. Mi más sincero agradecimiento por ser parte de este viaje y mi soporte para materializar uno de tantos objetivos.

AUTORÍA

Yo, Marcos Jeovany Rodríguez Guerrero, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente,

Marcos Jeovany Rodríguez Guerrero

Quito, 10 de agosto de 2023

MSC. LUIS LUDEÑA

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICADO

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario “ITI”, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

MSC. LUIS LUDEÑA

Quito, 10 de agosto de 2023

DECLARACIÓN DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 10 días del mes de agosto de 2023, firmo conforme: Conste por el presente documento la cesión de los derechos del trabajo de fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: Yo, Marcos Jeovany Rodriguez Guerrero, bajo la dirección de Luis Humberto Ludeña Villacis, declaro ser el autor del trabajo de fin de carrera con el tema “Propuesta de programas de turismo de naturaleza para la Comunidad de Huasipamba, Parroquia Cañaribamba, Cantón Santa Isabel, provincia del Azuay”, como requisito fundamental para optar por el título de Guía en turismo con equivalente a técnico superior, a su vez autorizo a la biblioteca del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, para que pueda registrar en el repositorio digital y difunda esta investigación con fines netamente académicos, pues como política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, los trabajos de fin de carrera se aplican, materializan y difunden en beneficio de la comunidad.

SEGUNDA: Los comparecientes Luis Humberto Ludeña Villacis, en calidad de director del trabajo fin de carrera y el Sr. Marcos Jeovany Rodriguez Guerrero, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos del trabajo fin de carrera y conceden la autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna. El Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

TERCERA: Las partes declaradas aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derechos.

MSC. Luis Humberto Ludeña Villacis.

Sr. Marcos Jeovany Rodriguez Guerrero

Quito, 10 de agosto de 2023

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN	6
ANTECEDENTES	7
Introducción.....	7
Marco contextual.....	9
Problema de investigación.....	11
Idea a defender	13
Objeto de estudio y campo de acción	13
Justificación	13
Objetivos.....	14
<i>General</i>	14
<i>Específicos</i>	14
Síntesis del capítulo.....	15
CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	16
Antecedentes históricos	16
Análisis de la zona de estudio.....	17
<i>Ecosistemas</i>	17
<i>Vías de acceso</i>	19
<i>Medios de transporte</i>	21
<i>Atractivos turísticos</i>	22
<i>Actividades económicas del sector</i>	24
Fundamentación Conceptual	25
<i>Programas turísticos</i>	25
<i>Tipos de programas turísticos</i>	25
<i>Fases de la programación turística</i>	28

Fundamentación Legal.....	30
<i>Constitución de la República del Ecuador</i>	30
<i>Código Orgánico de Organización Territorial</i>	32
<i>Ley de Turismo</i>	32
Síntesis del capítulo.....	34
CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO	35
Tipos de investigación	35
Métodos de investigación	36
Técnicas e instrumentos de investigación.....	37
Universo y muestra	40
Presentación gráfica, análisis e interpretación de resultados obtenidos	43
Análisis e interpretación de resultados de la encuesta	53
Síntesis del capítulo.....	56
CAPÍTULO III: PROPUESTA	57
Descripción de la propuesta.....	57
Viabilidad (económica, social ambiental, etc.)	57
Impacto	58
Desarrollo de la propuesta	61
Cálculo de los costos.....	73
Oferta del programa	74
Síntesis del capítulo.....	75
CONCLUSIONES	76
RECOMENDACIONES	77
REFERENCIAS	78
APÉNDICE	83

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1 Mapa ecosistemas de Cañaribamba.....</i>	<i>18</i>
<i>Figura 2 Mapa del sistema vial parroquial.....</i>	<i>20</i>
<i>Figura 3 Piedra Movedora.....</i>	<i>22</i>
<i>Figura 4 Figuras antropomorfas.....</i>	<i>23</i>
<i>Figura 5 Laguna Yaguarcocha.....</i>	<i>23</i>
<i>Figura 6 Género.....</i>	<i>43</i>
<i>Figura 7 Edad.....</i>	<i>44</i>
<i>Figura 8 Nacionalidad.....</i>	<i>45</i>
<i>Figura 9 Medio de transporte.....</i>	<i>45</i>
<i>Figura 10 Medio de comunicación.....</i>	<i>46</i>
<i>Figura 11 Lugar representativo.....</i>	<i>47</i>
<i>Figura 12 Razón de la visita.....</i>	<i>47</i>
<i>Figura 13 Visita a la comunidad.....</i>	<i>48</i>
<i>Figura 14 Frecuencia de viaje.....</i>	<i>49</i>
<i>Figura 15 Aspectos a considerar.....</i>	<i>49</i>
<i>Figura 16 Expectativas.....</i>	<i>50</i>
<i>Figura 17 Programa de finde semana.....</i>	<i>51</i>
<i>Figura 18 Flyer que se colocara en las redes sociales.....</i>	<i>74</i>
<i>Figura 19 Publicidad en Facebook.....</i>	<i>74</i>

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Análisis de involucrados.....</i>	<i>11</i>
<i>Tabla 2 Cooperativas de transporte a Huasipamba.....</i>	<i>21</i>
<i>Tabla 3 Tipos de encuestas.....</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 4 Inventario general de la ruta turística.....</i>	<i>61</i>
<i>Tabla 5 Programa turístico.....</i>	<i>65</i>
<i>Tabla 6 Caracterización de los servicios ofertados y estructura organizacional.....</i>	<i>69</i>

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1 Proceso de planificación del turismo.....</i>	<i>28</i>
<i>Ilustración 2 Diagnóstico del producto.....</i>	<i>29</i>

ÍNDICE DE ANEXOS

<i>Apéndice 1 Esquema del problema</i>	83
<i>Apéndice 2 Entrevista</i>	84
<i>Apéndice 3 Encuesta</i>	85

RESUMEN

Este estudio se centra en la evaluación de las particularidades climáticas, puntos de interés turístico, patrimonio natural y cultural de Huasipamba, con el objetivo de planificar un programa de turismo ecológico que favorezca a la localidad. A lo largo de la investigación, se detectó el principal desafío en el área de estudio: el mal estado de la carretera de acceso y el insuficiente marketing turístico. Estos elementos se identificaron mediante cuestionarios aplicados a los visitantes de la localidad y una conversación con el líder de la asociación de turismo local. Con base en los datos obtenidos, se esbozó un programa de turismo ecológico para ser implementado durante un fin de semana. Este programa incluirá actividades como senderismo, avistamiento de la biodiversidad local, pesca recreativa y recorridos por los lugares de interés turístico e histórico de la región. Adicionalmente, se ofrecerán servicios de guía, alimentación y alojamiento, todo a tarifas asequibles para los turistas nacionales, quienes representan el principal segmento de mercado turístico de Huasipamba.

Palabras claves: TURISMO, NATURALEZA, HUASIPAMBA, COMUNIDAD, CULTURA

ANTECEDENTES

Introducción

El turismo, junto con los sectores bananero y petrolero, es una de las principales fuentes de ingresos de Ecuador. Esta industria comprende una amplia gama de actividades financieras, artísticas y al aire libre, que se complementan con otros negocios rentables y ofrecen importantes posibilidades de empleo. Esto permite la creación de cadenas de valor que alimentan el crecimiento económico. Estas actividades deben ser apoyadas y promovidas mediante la introducción de proyectos turísticos en zonas anteriormente desatendidas. (Banderas, 2022)

En términos de McNeely, el turismo de naturaleza se refiere a las actividades recreativas en las que el mayor atractivo para los visitantes es la conexión con el medio ambiente en su totalidad. Estas actividades están reconocidas como un importante estímulo financiero indirecto para la preservación ecológica y el desarrollo local, que es el objetivo de la presente investigación. (Zalles, 2018)

El cantón Santa Isabel posee un área natural considerable con montañas, bosques, lagunas y biodiversidad exuberante, lo que lo convierte en un lugar muy relevante para el desarrollo del turismo de naturaleza. Según la Organización Mundial del Turismo, este tipo de turismo se centra en la interacción del turista con la naturaleza y anima a los visitantes a apreciarla y observarla, así como las culturas y tradiciones locales. (UNWTO, 2023)

Según Jiménez Ordóñez y Espinoza Díaz (2020), Aunque el turismo es un elemento importante de la economía local en la parroquia de Cañaribamba, a pesar de la riqueza de los activos culturales y medioambientales de la región, su potencial aún no se ha aprovechado completamente. Por su ubicación geográfica, agradable temperatura tropical y riqueza de elementos naturales y culturales, el caserío de Huasipamba tiene mucho potencial para el turismo. La agricultura y la ganadería siguen siendo las principales fuentes de sustento de los residentes. Tanto en Huasipamba como en Santa Isabel existen microempresas dedicadas a la fabricación y transformación de productos lácteos.

Todos estos atractivos locales tienen el potencial de ser aprovechados para el desarrollo económico y turístico en beneficio de la comunidad, según se describe en el PDOT del GAD de Cañaribamba. La infraestructura para las actividades turísticas se concentra en las parroquias Santa Isabel y Abdón Calderón, y nula presencia en Huasipamba. Estas son sólo algunas de las restricciones a las que ahora se enfrentan. Además, el barrio carece de acceso a los servicios esenciales y las carreteras están en mal estado de conservación. (GAD parroquial de San Salvador de Cañaribamba, 2019)

Limitantes que serán tomadas en cuenta para la organización del programa de turismo de naturaleza y posibles alternativas para su construcción.

Marco contextual

Análisis macro

Según Huerta (2020), Ecuador es uno de los primeros países latinoamericanos que reconoce oficialmente la importancia del turismo comunitario como generador de empleo tanto permanente como temporal, dentro de su plan estratégico institucional de turismo 2030 y en su plan nacional de desarrollo. Además, se destaca que el turismo comunitario contribuye a exhibir las maravillas naturales y socio-culturales de las comunidades rurales, impulsando su desarrollo económico y sostenibilidad.

Análisis meso

Según el GAD parroquial de Cañaribamba (2019), en la provincia de Azuay, el turismo comunitario se considera una actividad económica que complementa a las otras actividades económicas. Debido a la falta de organización local y la demanda subóptima de servicios turísticos, las comunidades no se dedican exclusivamente a recibir turistas. No obstante, el objetivo del GAD parroquial de Cañaribamba es potenciar el sector turístico mediante la formación de alianzas, fomentando la organización comunitaria en torno al turismo de naturaleza, y brindando capacitación y fortalecimiento a estas organizaciones que tienen el potencial de ser impulsores del desarrollo económico.

Análisis micro

Cronistas de la época colonial refieren que Cañaribamba, conjuntamente con Hatun-Cañar y Tomebamba, fueron las regiones que constituían el Gran Pueblo

Cañari. El territorio de la parroquia se divide en las comunidades Cañaribamba(centro), **Huasipamba**, San Alfonso, Salinas, San Vicente de Totoras, Paccha, Tortapali, Guayara, Chuvín, Chalcalo y San Pedro. (Huerta, 2020)

De acuerdo con los habitantes locales, Huasipamba es una comunidad rural que se caracteriza por sus bosques prístinos y su baja afluencia de visitantes. Es una región abierta con importantes recursos paisajísticos y naturales que pueden explotarse turísticamente y brinda una fantástica oportunidad para apreciar la belleza natural. Además, Huasipamba cuenta con atractivos de gran interés, como las notables figuras antropomorfas esculpidas en piedra, una encantadora laguna, exuberantes bosques y ríos ideales para la pesca deportiva, entre otras atracciones destacadas. (Parapi, 2022)

En Huasipamba los turistas pueden disfrutar actividades como trekking, camping, fotografía, senderismo, cabalgata, montañismo estas actividades son promocionadas en la localidad por el GAD parroquial.

Análisis de involucrados

Tabla 1

Análisis de involucrados

ANÁLISIS DE GRUPOS INVOLUCRADOS	INTERESES EN LA INVESTIGACIÓN	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS Y MANDATOS
Turistas	Al registrar y analizar los recursos naturales y arqueológicos de la comunidad, se gana en ventaja	Insuficiente promoción de atracciones turísticas en la zona.	Información de los servicios con los que ellos desearían contar en la comunidad
Guías locales	Obtienen un beneficio económico en la prestación de sus servicios	Reducida afluencia de turistas.	Aceptación en los turistas del inventario actualizado de los atractivos turísticos.
Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial (Gad Parroquial)	Para fomentar el turismo se podrá acceder a una lista actualizada de lugares de interés.	Promoción turística mínima. Falta de inventario turístico para la promoción.	Inventario actualizado para la parroquia con el cual se está promocionando los atractivos turísticos
Pobladores de la Comunidad	Mediante la venta de sus productores locales, alimentación y hospedaje	Poca afluencia de turistas. Poca desarrollo económico.	El promedio de ventas de sus productos a los visitantes.

Nota: información de los directos beneficiarios y participantes del presente proyecto.

Problema de investigación

La creciente popularidad del turismo de naturaleza conduce al desarrollo local. Con este concepto en mente, se generan dos preguntas para guiar el presente estudio, la primera para generar el marco teórico en el que se considera el concepto de desarrollo local, y la segunda para abordar la diversidad de modelos de desarrollo turístico. Ver *Apéndice 1*. (Lucas, 2016)

La problemática que limita un desarrollo óptimo del turismo es que no existe suficiente promoción y por tanto un conocimiento de los sitios turísticos con los que cuenta el lugar, sumado a que las vías de acceso, especialmente en época invernal, se encuentran en mal estado, todo esto conlleva a una poca acogida de visitantes, ocasionando bajo interés de los pobladores, al considerar a la actividad turística como una actividad económica poco sostenible, a más de ello, existe un deterioro de los recursos turísticos, que uno de los factores para la poca acogida de visitantes lo

cual se suma a la escasa infraestructura en la comunidad tales como: hoteles, baterías sanitarias, basureros lo que ocasiona un deterioro ambiental por lo tanto una mala imagen al visitante.

El deber de las autoridades locales y pobladores sería la coordinación para mejorarla infraestructura y servicios públicos, como vías de acceso, una adecuada señalización, agua potable, servicios sanitarios, entre otros, todo ello daría una buena imagen a los turistas.

Los efectos ambientales adversos más significativos producidos por el crecimiento de la infraestructura turística incluyen la alteración y destrucción del entorno natural donde habita la flora y fauna, así como los cambios en el uso de los terrenos forestales. Además, la generación de desechos peligrosos puede representar un riesgo considerable para estos recursos turísticos si no se gestionan de manera responsable. (García, 2019)

Para aportar al desarrollo adecuado y sostenible de todos los recursos naturales, presentes en la comunidad, se debe concientizar sobre la presión que ejerce el flujo de turistas en medio ambiente, lo que puede representar un mayor consumo de agua, la producción de residuos sólidos y líquidos y la ocupación de espacios; y frente a ello, establecer estrategias para reducir, en todo lo posible, la huella ecológica que genera la presencia humana en los lugares turísticos naturales, para preservar la belleza y la biodiversidad de estos a largo plazo; esto es, con educación y concienciación a los turistas sobre la importancia de respetar el entorno natural y cómo sus acciones pueden afectar negativamente al ecosistema, proporcionar materiales educativos en forma de carteles, folletos y charlas

informativas; control de visitantes, estableciendo límites en el número de visitantes permitidos en un momento dado para evitar la sobrecarga de las instalaciones y minimizar la degradación del entorno; senderismo responsable, crear senderos bien definidos para reducir la erosión y el impacto en la vegetación circundante, fomentar el respeto por las áreas frágiles y sensibles, manteniéndose en los caminos designados; gestión de residuos, proporcionar suficientes contenedores de basura y sistemas de reciclaje, y animar a los visitantes a llevar consigo sus residuos si no hay instalaciones disponibles, organiza campañas de limpieza regulares; uso eficiente del agua y energía, instalando sistemas de bajo consumo de agua en las instalaciones turísticas y promoviendo prácticas de ahorro energético, como apagar las luces y los electrodomésticos cuando no se usen; restauración ecológica con la implementación de programas de restauración para áreas degradadas, como reforestación, control de especies invasoras y rehabilitación de hábitats.

Idea a defender

El proyecto impulsará el desarrollo turístico preservando la naturaleza, en la comunidad de Huasipamba mediante la puesta en marcha de iniciativas de turismo natural. El objetivo es impulsar la economía local y el bienestar de sus residentes mediante la creación de ocupaciones directas y secundarias relacionadas con el turismo. El proyecto proporcionará un paquete turístico adaptado a las necesidades de los visitantes existentes en la región, permitiéndoles experimentar la naturaleza de una manera tranquila, segura y asequible.

Objeto de estudio y campo de acción

Programas de turismo de naturaleza

La presente investigación desarrollará una propuesta de programas de turismo de naturaleza para la comunidad de Huasipamba perteneciente al cantón Santa Isabel de la provincia del Azuay.

Justificación

El estudio del turismo en el Plan de ordenamiento y desarrollo territorial (PDOT) del Gobierno descentralizado (GAD) de la parroquia Cañaribamba demuestra que la industria turística es significativa en el tercer sector del sistema económico a nivel cantonal. Sin embargo, las atracciones turísticas de la parroquia están infrautilizadas. Se han detectado algunos problemas, como la falta de infraestructura turística en las zonas de importancia, la mala calidad de las vías de acceso vehicular y la falta de señalización, sobre todo en los asentamientos más alejados del centro parroquial. Huasipamba es uno de estos casos. (Peralta & Alvarado, 2023)

La comunidad carece de programas turísticos ya que no se han ejecutado planes de desarrollo turístico de forma particular o por parte del GAD parroquial, además, la comunidad tiene una deficiente promoción de sus atractivos turísticos, actualmente, la pandemia del COVID-19 que atravesamos ha desembocado en la disminución de la afluencia de turistas a Huasipamba.

Con la elaboración de programas turísticos de naturaleza se piensa en el desarrollo local de Huasipamba, pues se propiciará la creación de nuevas plazas de trabajo asociadas al turismo como: venta de comidas típicas, venta de productos de la localidad, transporte y hospedaje, proponiendo la actividad turística como principal actividad de desarrollo del cantón.

Objetivos

General

Desarrollar un programa de turismo natural para el crecimiento de la comunidad de Huasipamba a través de la identificación y preservación de atractivos turísticos naturales y de la caracterización de servicios turísticos a ser implementados.

Específicos

- Construir el Marco teórico que describa la zona donde se desarrollara el programa turístico, la normativa legal que sustenta la creación del mismo y delimitación de los recursos turísticos de Huasipamba.
- Realizar el diagnóstico de las operaciones turísticas actuales en la zona de estudio mediante el uso de una encuesta a los clientes, que también incluyó una reunión con el líder de la organización turística de Huasipamba.
- Diseñar una propuesta de un programa de turismo de naturaleza con respecto a los datos arrojados de la investigación.

Síntesis del capítulo

La presente sección ofrece un resumen sucinto de la historia de la comunidad con el fin de enmarcar la investigación de la difícil situación del lugar. Se examina a fondo la realidad, desde un nivel global hasta un nivel micro, lo que permite comprender las distintas preocupaciones de la comunidad de Huasipamba. Para ello, se utilizan datos del PDOT de la parroquia de Cañaribamba. Esta

información se utiliza para realizar el inventario de actividades turísticas propias de la comunidad y lo que ayudó a construir los objetivos generales y específicos de este trabajo.

CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Antecedentes históricos

Cronistas de la época colonial refieren que Cañaribamba, conjuntamente con Hatun-Cañar y Tomebamba, fueron las regiones que constituían el Gran Pueblo Cañari. De acuerdo a lo expresado por cronistas, y lo recogido por Cordero, la zona denominada de manera general como Cañaribamba corresponde al asentamiento más austral de la Nación Cañari, zona que da origen al nombre de la parroquia, que de acuerdo al análisis lingüístico significaría Valle de los Cañaris. (GAD parroquial de San Salvador de Cañaribamba, 2019)

El nombre compuesto Cañaribamba proviene de la composición del vocablo “Cañari” y el vocablo castellanizado “bamba” que no es sino la palabra kechwa pampa, que define una característica importante del relieve concebida por la cultura kechwa para referir un lugar amplio, que podría corresponder a la descripción de una llanura o valle, esta terminación está presente en muchos nombres de lugares, tales como Tomebamba (llanura o lugar de los cuchillos), Paucarbamba (llanura o lugar florido), etc. La parroquia Cañaribamba se crea mediante ordenanza municipal el 05 de diciembre de 2011, como parte del territorio del cantón Santa Isabel. (GAD parroquial de San Salvador de Cañaribamba, 2019)

De acuerdo con Suichi Odaira (2020), experto en cultura inca, se sostiene que el Complejo arqueológico denominado Huasipamba fue un destacado centro ceremonial y administrativo. Los incas lo construyeron con el propósito estratégico de defender y controlar el comercio entre las regiones costa y sierra.

Aparentemente, este complejo de dimensiones considerables quedó incompleto debido a la llegada de los españoles durante la conquista, y posteriormente fue abandonado durante la época colonial, lo que ha contribuido a su preservación. (Reyes, 2020)

Huasipamba es una comunidad rural, de bosques vírgenes y poco conocida, esta comunidad cuenta con una escuelita de educación general básica, casa comunal, capilla, cementerio, canchas deportivas y servicios higiénicos, podemos encontrar alrededor de 40 familias las cuales tienen agua potable tratada y sistema de riego para sus actividades ganaderas, agrícolas y el turismo de la piedra movedora, entre otros, Así también entre su patrimonio cultural tenemos las siguientes fiestas:

- De las tres cruces (en mayo)
- Virgen de la inmaculada -Del sagrado corazón de Jesús (en junio)
- Virgen de la nube (en diciembre)

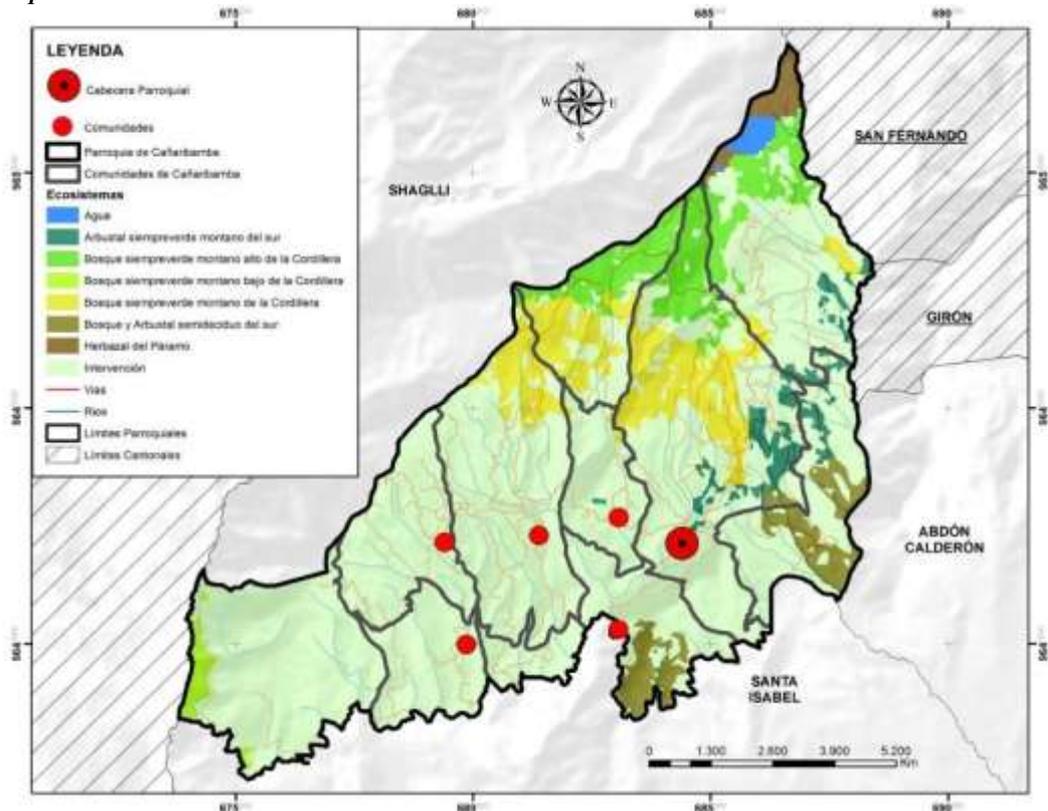
Análisis de la zona de estudio

Ecosistemas:

En la parroquia de Cañaribamba, las áreas intervenidas abarcan la mayor extensión, con un total de 787,65 hectáreas. Le sigue el ecosistema de Herbazal de Páramo, que ocupa una superficie de 336,11 hectáreas. Además, encontramos el Bosque siempreverde montano alto y el Bosque siempreverde montano, los dos al sur de la cordillera oriental de los Andes, con 209,79 hectáreas y 67,90 hectáreas respectivamente. Estos datos se pueden apreciar en la imagen adjunta.

Figura 1

Mapa ecosistemas de Cañaribamba



Nota. Imagen sacada del PDOT – 2016 de Cañaribamba

En la comunidad de Huasipamba encontramos la predominancia de los siguientes ecosistemas:

Bosque siempreverde montano alto al sur de la Cordillera oriental de los Andes

Bosques generalmente extensos con estratos leñosos y gran cantidad de epífitas y briofitas; su altura varía entre 8 y 10 metros con troncos gruesos y retorcidos; partes de este ecosistema están relegadas a arroyos y laderas de montañas; y en algunas zonas, este ecosistema está aislado en lugares con pendientes pronunciadas y rodeado de pastizales de Páramo. Encontramos también una riqueza herbácea considerable en el suelo de este bosque, debido a que la altura de los árboles permite el paso de luz, en sus límites de sus zonas más altas se convierten en bosques pequeños que se distribuyen por franjas que colindan con el

páramo. Algunas de sus especies características son Ilex, Clethra, Clusia, Schefflera, Maytenus, Hedyosmum, Weinmannia, Gaiadendron, etc. (GAD parroquial de San Salvador de Cañaribamba, 2019)

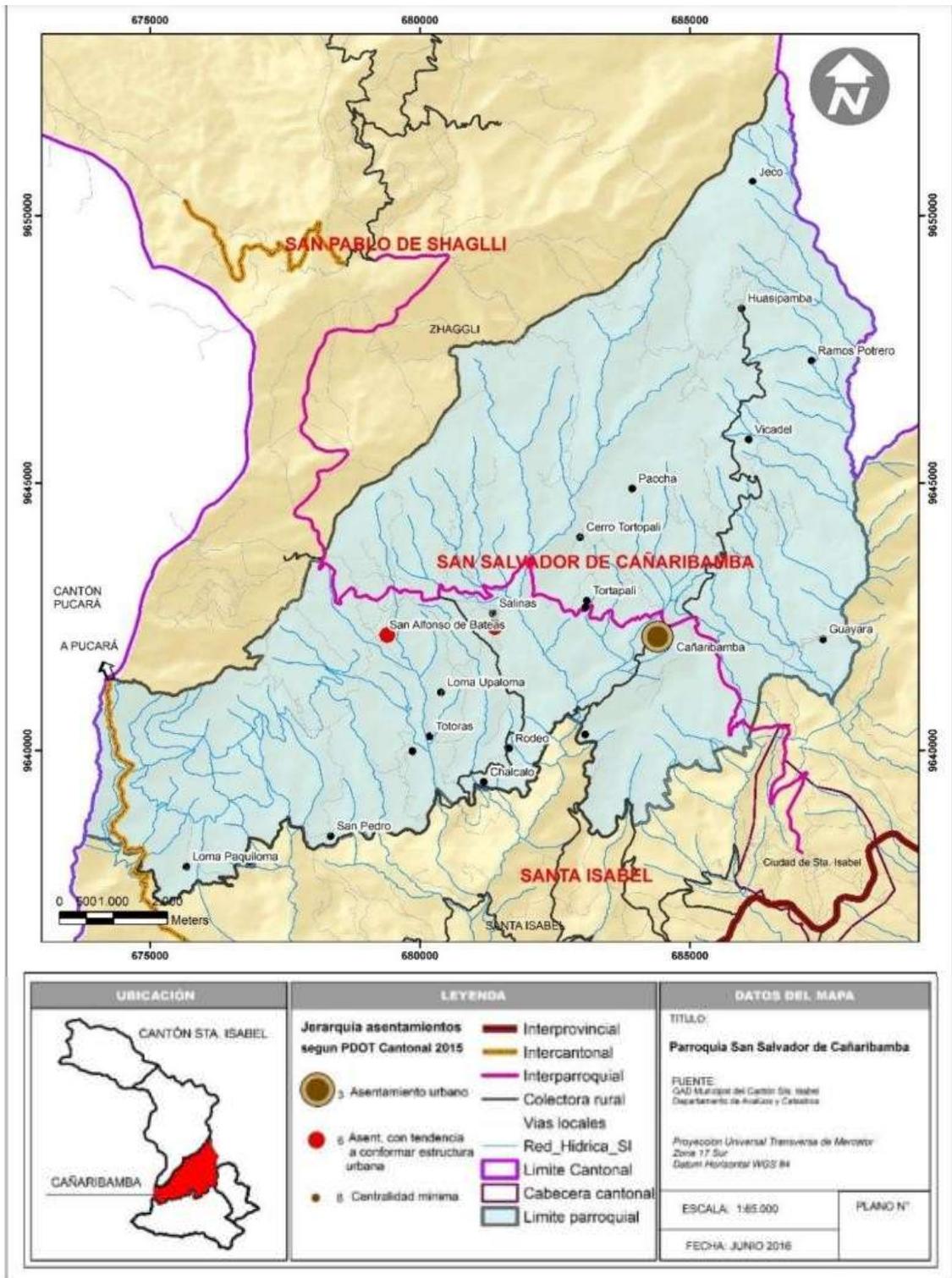
Zona de páramo sobre los 3200-3300 m.s.n.m

En el área de Huasipamba, se encuentra una plantación de pinos en la zona del páramo, donde la vegetación de paja se encuentra en un buen estado de conservación, con tallos que llegan a medir hasta 50 cm de altura. En la parte de mayor altitud (3800 msnm), se puede observar una mezcla de pajonales con rocas, destacando la presencia de la "Piedra movedora". En esta zona, los penachos de paja son de menor tamaño en comparación con los pajonales ubicados a altitudes más bajas, probablemente debido a la mayor influencia del viento y la exposición solar. (Zenteno, 2015)

Vías de acceso

Las carreteras para entrar a la comunidad (Huasipamba) se conectan a través de la carretera principal Cuenca-Girón-Pasaje. Desde esta carretera, se puede tomar la vía interparroquial Santa Isabel-Cañaribamba, que a su vez lleva a la vía secundaria Cañaribamba-Huasipamba. La siguiente imagen ilustra claramente esta ruta de acceso. (Parapi, 2022)

Figura 2
Mapa del sistema vial parroquial



Nota. Imagen sacada del PDOT – 2016 de Cañaribamba

Medios de transporte

Además de los turistas que visitan Cañaribamba y las comunidades cercanas, el GAD parroquial de Santa Isabel ha establecido una línea de transporte público para mejorar la movilidad de los ciudadanos. Es importante destacar que los buses de transporte colectivo operan con una frecuencia determinada, los días miércoles, sábado, domingo y los días feriados.

Por otro lado, el traslado de los turistas desde Cañaribamba hacia la comunidad de Huasipamba se lo puede hacer mediante cooperativas privadas de transporte, motocicletas y caballos.

En la siguiente tabla podremos apreciar las cooperativas de transporte y los costos para el traslado de los turistas hasta la comunidad de Huasipamba.

Tabla 2 Cooperativas de transporte a Huasipamba

Nombre del transporte	Ubicación inicio/fin	Costo	Tiempo
Compañía trans Santa Isabel	Cuenca – Santa Isabel	\$2,5	90 min
Chabelo Taxi S.A.	Cuenca – Santa Isabel	\$40	60 min
Trans Azuay	Cuenca – Machala	\$5 – \$13	4 horas
Pullman Sucre Internacional	Cuenca - Machala	\$7	4 horas
Trans Shalshapamba – Cañahuasichal S.A.	Cañaribamba - Santa Isabel	\$12	15 min
<u>Huasipamba</u>	<u>Santa Isabel – Comunidad</u>	<u>\$12</u>	<u>40 min</u>

Nota. Tesis, Jessica Parapi - 2022

Atractivos turísticos

Figura 3

Piedra Movedora



Nota. Fotografía de Patricio Miller

La Piedra Movedora se localiza a aproximadamente a noventa minutos de distancia de la cabecera cantonal. Es una enorme roca colgada sobre otra que desafía la gravedad, y los visitantes pueden moverla con un solo dedo. Según la historia local, se cree que representa “La cabeza de la serpiente sagrada de los Cañaris”, una deidad importante para esta cultura. Los Cañaris, pueblo avanzado con en el área de la física y la astronomía. Las construcciones en lugares elevados de la región poseen un propósito científico que aún no ha sido completamente entendido por la ciencia y han recibido escasa atención en estudios rigurosos. (Miller, 2023)

La Piedra Movedora es un monumento misterioso que ha cautivado a los visitantes durante siglos. Su origen y propósito siguen siendo desconocidos, pero su belleza y significado cultural la convierten en un lugar digno de ser visitado.

Figura 4

Figuras antropomorfas



Nota. Fotografía de Patricio Miller

Las esculturas antropomorfas, también conocidas como las colosales esculturas de piedra precolombinas de Huasipamba, han sido comparadas con otras maravillas mundiales como los templos de Egipto y la metrópolis de piedra de Machu Picchu. Estas esculturas destacan por su arte innovador que desafía las leyes de la física, así como por el ancestral conocimiento milenario en astronomía y mecánica. Actualmente, se considera que estas esculturas deben ser incluidas como parte de las diez maravillas y legados de la humanidad. (Miller, 2023)

Figura 5

Laguna Yaguarcocha



Nota. Foto del autor

La laguna de Yaguarcocha se puede acceder más rápidamente a través de la comunidad de Huasipamba, a aproximadamente dos horas desde el centro parroquial. Este lugar ofrece una gran variedad de actividades para disfrutar, como la pesca deportiva, la observación de la naturaleza y la vida salvaje, y el senderismo. Además, la laguna está rodeada de cuentos, lo que la convierte en un lugar atractivo. (Peralta & Alvarado, 2023)

Actividades económicas del sector

Según el PDOT del GAD parroquial de Cañaribamba (2019), se evidencia que hay una participación que oscila entre el 0 % y el 4 % en actividades como tránsito, almacenaje, enseñanza, actividades de *alojamiento y servicios de comidas*. Siendo las últimas actividades relacionadas con el turismo, pudiendo observar que, aunque un poco bajo el porcentaje se encuentra entre las actividades que representan ingresos a la parroquia y a sus comunidades aledañas, principalmente Huasipamba.

Según Peralta y Alvarado (2023), aproximadamente el 70% de la Población Económicamente Activa (PEA) de la parroquia se dedica a tres actividades principales: agropecuaria, comercio mayorista y minorista, y construcción. Estas actividades constituyen la base productiva y el sustento de la mayoría de los habitantes del sector. Sin embargo, no hay que desdeñar industrias como el turismo, que tienen potencial para mejorar el crecimiento económico de la zona.

Fundamentación Conceptual

Programas turísticos

Según Mercado (2020), un programa turístico se describe como un bien o servicio diseñado para satisfacer las demandas y motivaciones de los clientes, ya sean turistas o excursionistas. Esta definición puede ser analizada desde dos perspectivas. Desde un punto de vista macro, el programa turístico se considera el producto principal que da origen a otros subproductos ofrecidos, como el destino turístico en sí mismo. Un programa turístico, por su parte, es un producto o servicio establecido por una empresa o negocio turístico que incluye subproductos o bienes adicionales como hoteles, transporte y comestibles, entre otros. (Mercado, 2020)

Otra definición de programa turístico, según el mismo autor, se refiere a él como sinónimo de paquete turístico, desde una perspectiva tradicional. Este término se utiliza para describir un conjunto de servicios adquiridos conjuntamente, ofrecidos al mercado a un precio global y basados en un itinerario prefijado. Sin embargo, debido a la falta de inclusión de itinerarios, guías y tours en algunas situaciones, otros autores no consideran apropiado considerarlos como sinónimos. No obstante, todas las definiciones coinciden en que se trata de la prestación de un servicio. (Mercado, 2020)

Tipos de programas turísticos

Entre los tipos de paquetes turísticos que se pueden clasificar tenemos los siguientes:

A. El paquete turístico

Según Marín (2019), el paquete turístico se define como una combinación de servicios que incluye alojamiento, transporte, alimentación y otros servicios, ofrecidos al turista a través de un único precio. El objetivo principal de esta oferta es reducir costos. No obstante, una posible desventaja del paquete turístico es que el turista no tiene la flexibilidad de modificar el itinerario establecido.

B. La visita guiada

Según el Blog de Viajes TravelHolics (2023), una visita guiada es una experiencia turística en la cual un experto en un tema específico acompaña a un grupo reducido de personas para mostrarles y explicarles diversos lugares y eventos relevantes. Dentro de los diferentes formatos que pueden presentar las visitas guiadas, se encuentran:

- Visitas guiadas a lugares de interés turístico.
- Charlas con guía.
- Talk and walk.

C. Ruta turística

Según Carrera (2023), una ruta turística se define como el trayecto o itinerario que resalta la observación de atractivos como parte de su desarrollo. Estas rutas se caracterizan por visitar lugares naturales o proporcionar acceso a una herencia cultural e histórica relevante. Las carreteras turísticas suelen tener publicidad y señales distintivas, además de las marcas viales tradicionales. Esto se convierte en una herramienta importante que ayuda al guía turístico en su labor.

Según Mercado (2020), en una ruta turística pueden encontrarse senderos o paseos temáticos que se desarrollan tanto en entornos urbanos como rurales. Estos senderos temáticos pueden abarcar aspectos culturales o naturales, por ejemplo, un sendero relacionado con una especie arbórea específica o un paseo literario vinculado a un libro o autor en particular.

D. El itinerario personal

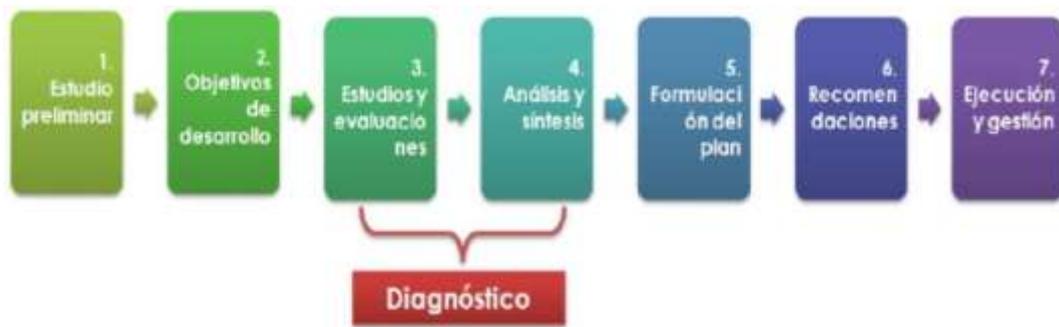
Según Moran (2022), un itinerario turístico es la preparación de un viaje que implica la elección de diversos medios de transporte, destinos a visitar, paradas o lugares de importancia. Su finalidad principal es satisfacer las necesidades de los consumidores turísticos. Es importante destacar que no cualquier viaje o desplazamiento turístico puede ser considerado un itinerario. En algunos casos, una ruta de senderismo corta puede considerarse un viaje sencillo si el alojamiento es en la misma casa. Una visita turística, por su parte, es una de las actividades organizadas como parte de un itinerario turístico más amplio.

Por tanto, un itinerario debe ser una actividad claramente diferenciada de otras actividades recreacionales posiblemente similares, pero que su alojamiento sucede en su mismo hogar, por lo cual no se puede considerar esta como un itinerario. Así, un viaje turístico puede denominarse ruta subyacente porque su recorrido es el viaje por mar, pero puede organizar pausas en las que se programen actividades o subproductos dentro de un itinerario y ya entraría dentro de esta descripción.

Fases de la programación turística

El desarrollo del turismo es un proceso basado en estudios, investigaciones y análisis con el objetivo de optimizar la contribución del turismo al bienestar social y a la preservación del medio ambiente. Estos aspectos son de gran relevancia, ya que constituyen los fundamentos que respaldan la realización del presente trabajo. Por lo tanto, es importante tener en cuenta la estructura propuesta por la Organización mundial del turismo (OMT), la cual establece, siete etapas secuenciales planificación. (Socatelli, 2023)

Ilustración 1 Proceso de planificación del turismo



Nota. Ing. Mario Socatelli – Costa Rica

Fases de la programación del producto turístico

La estrategia de producto de los viajeros, según Socatelli (2023), es el resultado de una evaluación del estado de avance del sector de los servicios turísticos en un lugar geográfico determinado. La creación de estos elementos es fundamental para maximizar el valor de la popularidad de la atracción y garantizar que se satisfagan los deseos y necesidades de los turistas. En consecuencia, el autor hace hincapié en la necesidad de adoptar un enfoque metódico para planificar y consolidar el crecimiento de un destino turístico, lo cual es fundamental para el éxito del programa turístico.

Ilustración 2 Diagnóstico del producto



Nota. OMT, 1999

Para la construcción del producto turístico, Socatelli (2023) sugiere abordar las siguientes preguntas:

1. ¿Qué tipo de producto turístico puede ofrecerse?
2. ¿Qué tipo de producto turístico debe ofrecerse?
3. ¿Cómo publicitar el turismo?
4. ¿Qué tipo de visitante atraer?
5. ¿Cuáles son las posibles impresiones derivadas de la estrategia política?

Estas preguntas son fundamentales para guiar el proceso de desarrollo del producto turístico y tomar decisiones estratégicas acertadas.

Fundamentación Legal

Este trabajo se basa en disposiciones establecidas en la Constitución de la República del Ecuador, así como en estatutos, reglamentos, decretos, ordenanzas y políticas elaboradas por organismos relacionados con el turismo. A continuación, se enumerarán los documentos que inspiraron este trabajo para el establecimiento del programa de turismo de naturaleza.

Constitución de la República del Ecuador

Cultura y ciencia

El artículo 21 de la Constitución del Ecuador (2021) establece que las personas tienen la libertad de construir y preservar su sentido de cultura, así como de optar por pertenecer a cualquier número de comunidades étnicas y comunicar estas decisiones. También respeta el derecho a la libertad artística, el acceso a la memoria histórica de sus culturas y patrimonio, la propagación de sus expresiones artísticas distintivas y el acceso a las diferentes expresiones culturales.

Esta iniciativa pretende promover la cultura local, así como el desarrollo de un turismo natural estrechamente vinculado a la comunidad y que proporcione así una experiencia única a cada visitante que visite la región.

Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades

El artículo 57 de la Constitución del Ecuador (2021) establece que las comunas, comunidades, pueblos y etnias indígenas deben ser reconocidas y protegidas...

Adicionalmente, en el numeral 8, se señala que el Estado diseñaría e implementaría programas para garantizar la protección y el aprovechamiento eficiente de la diversidad ecológica con la participación de la comunidad.

Estos son temas críticos que consideramos deben ser mencionados para coadyuvar en este esfuerzo.

Derechos de la naturaleza

El artículo 71 de la Constitución del Ecuador (2021) establece que el ambiente, o Pacha Mama, en el que se desarrolla y sustenta la vida, tiene la obligación de ser honrado integralmente, así como a la conservación y renovación de sus instalaciones vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos. Cada miembro de una comunidad, pueblo o país tiene la obligación de exigir que las autoridades gubernamentales respeten los privilegios del medio ambiente.

Teniendo en cuenta este artículo es necesario tener claro que al realizar un programa de turismo de naturaleza donde se pretende respetar la biodiversidad de la comunidad y potencializar el conocer este; lugar e incluso educar a la comunidad para su protección, es uno de los mejores fundamentos legales que tiene el presente trabajo.

Código Orgánico de Organización Territorial

El turismo es una actividad económica que puede ser controlada concurrentemente por todos los niveles de autoridades gubernamentales, según el artículo 135 del (COOTAD, 2020).

Este punto nos basamos para apoyarnos de las operaciones turísticas realizadas por los funcionarios del GAD de Cañaribamba, encargados de incrementar el turismo en Huasipamba.

Ley de Turismo

El artículo 15 de la Ley de turismo aprobada por el Congreso Nacional de (2015) establece al *Ministerio de turismo* como la autoridad reguladora de las actividades turísticas en Ecuador, con sede en Quito. Como ministro de turismo tiene a su cargo una serie de funciones, entre ellas:

- Deben planificarse actividades turísticas nacionales.
- Crear y mantener un inventario de lugares o sitios de interés turístico.
- Presidir el Consejo Consultivo de Turismo.
- Promover y fomentar todo tipo de turismo, particularmente el receptivo y social, así como la implementación de proyectos, programas y servicios complementarios en colaboración con organismos, entidades e instituciones públicas y privadas de sus respectivas localidades, incluyendo comunidades indígenas y rurales.
- Orientar, promover y fomentar la inversión nacional e internacional en materia turística, en cumplimiento de la normatividad aplicable.

- Crear planes de promoción turística a escala nacional y mundial.
- Evaluar las iniciativas turísticas.
- Dictar las órdenes pertinentes para la administración administrativa y financiera del Ministerio de Turismo, así como las demás atribuciones señaladas en la Constitución, la Ley y los Reglamentos.

Estas autoridades legislativas del Ministerio de Turismo, en particular la formulación de planes de promoción turística y el fomento del turismo en la comunidad, son las normas en las que nos basaremos para la gestión del proyecto.

Según el artículo 39 de la Ley de turismo (2015), el Ministerio de Turismo, encargado de la política turística, tiene competencia para determinar y gestionar por Acuerdo Ministerial los siguientes recursos:

- a) Impuestos y tasas relacionados con el turismo.
- b) La contribución de uno por mil sobre el coste del inmovilizado material, que deberán realizar anualmente todos los establecimientos que presten servicios turísticos de acuerdo *a esta Ley*.
- c) Los costes asociados al contrato de identificación turística.
- d) El costo de venta de un boleto aéreo sencillo desde Ecuador a cualquier parte del mundo.

El objetivo de la presentación de este artículo es hacer hincapié en los recursos jurídicos accesibles para la promoción turística. Estos materiales pueden ayudar a mejorar el proyecto actual y contribuir a la administración de los recursos de la comunidad.

Síntesis del capítulo

Este capítulo tiene como objetivo resumir los contenidos relacionados con la comunidad de Huasipamba, donde se implementará el programa de turismo de naturaleza. Se inicia con una descripción de la historia de la comunidad y su vínculo con el imperio Inca, el cual se pretende aprovechar para el desarrollo del programa turístico en la zona. También se proporciona información sobre los ecosistemas predominantes en la comunidad, como el bosque siempre verde montano alto y la zona de páramo. Se presentan las rutas de acceso a la comunidad, los posibles costos de transporte y las principales actividades económicas del sector. Además, se destacan los atractivos culturales y naturales que respaldan el desarrollo del programa turístico. Se aborda el proceso de elaboración de un plan turístico y la creación del producto turístico como resultado final.

Por último, se examina el marco legislativo que sustenta la actividad y que controlará el desarrollo del producto turístico en la región estudiada.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO

En el siguiente Capítulo se describe las metodologías y procesos de estudio, así como las herramientas utilizadas para obtener información sobre el turismo de naturaleza en la comunidad de Huasipamba. También se especifican los procedimientos de recolección, interpretación y análisis de datos.

Tipos de investigación

Según Sarramona (1991), El estudio es una forma de obtener datos de la ciencia, pero no existe una técnica perfecta para eliminar totalmente el error en la elaboración y evaluación de hipótesis científicas. Esta técnica es comparativa y puede variar en función del periodo histórico y del tipo de información que se busque. Esto nos indica que en cualquier investigación siempre habrá un margen de error humano que debe ser considerado al realizar los cálculos pertinentes. (Lerma, 2011).

Según lo expuesto previamente, esta investigación se clasifica como no experimental debido a que no es posible tener control sobre las variables independientes. El estudio examina la percepción de la ciudad por parte de los visitantes, así como las metodologías empleadas por los operadores turísticos para elaborar sus paquetes turísticos.

También es importante señalar que esta investigación se clasifica como "exploratoria-descriptiva", ya que tiene como objetivo describir, medir y analizar el proceso de creación de paquetes turísticos en relación a los requisitos de los turistas.

Según Weiers (1998), una investigación exploratoria se define como aquella que permite al investigador familiarizarse con la situación problemática, identificar las variables más relevantes, reconocer otras posibles acciones, proponer vías útiles para futuros trabajos y determinar la opción más viable teniendo en cuenta los recursos disponibles. En el contexto de este estudio, se utilizará la investigación exploratoria para obtener rápidamente ideas y conocimientos en una determinada situación. (Lerma, 2011)

Según Hayman JL. (1981), la investigación descriptiva se refiere a la descripción y evaluación de características específicas de una situación en uno o más momentos en el tiempo. En este tipo de investigación se examinan los datos adquiridos para cada una de las variables del estudio. En el marco de este estudio, utilizaremos la investigación descriptiva para evaluar los datos de la encuesta y las entrevistas, con el objetivo de identificar los puntos clave que deben emplearse en el diseño del paquete turístico. (Soto & Lamus, 2022)

Métodos de investigación

El presente estudio adopta una estrategia híbrida, integrando aspectos cuantitativos y cualitativos. Se recopilan, analizan y vinculan datos tanto cuantitativos (a través de encuestas) como cualitativos (mediante entrevistas), como parte de una serie de investigaciones orientadas a abordar la problemática planteada. (Lerma, 2011)

Para lo cual la presente tendrá dos etapas, la primera con la aplicación de encuestas de las cuales se obtendrá datos estadísticos de los turistas y la segunda etapa donde se realizará una entrevista a una operadora turística para obtener la apreciación de lo atractivo de sus paquetes turísticos en el mercado para luego analizarlos y en base de esos criterios construir el presente programa.

Instrumentos y procedimientos de investigación

En aras de este estudio, se emplearon numerosas estrategias de recogida de información. En la primera fase se utilizó el método de la entrevista, que se analizará más adelante:

Según Badillo (2023), la entrevista se caracteriza como una conversación con un propósito específico que trasciende la simple interacción verbal. Es considerada una herramienta técnica que se desarrolla en forma de conversación informal.

Asimismo, Canales describe la entrevista como "la relación que se crea entre un investigador y el oyente", en este caso el presidente de Asoturismo, con la intención de obtener respuestas verbales que respondan a las preguntas formuladas sobre el problema planteado. (Badillo, 2023).

Tipos de entrevistas.

La tipificación más común de las entrevistas según su planificación se divide entres categorías principales:

- **Entrevistas estructuradas o cerradas:** Estas entrevistas se basan en un cuestionario predeterminado y buscan obtener respuestas específicas. Su

objetivo es realizar un estudio de la muestra con datos precisos que puedan ser tabulados. (Concepto, 2021)

- **Entrevistas semiestructuradas:** Las entrevistas semiestructuradas permiten al investigador tener cierto margen de maniobra para indagar con los encuestados, manteniendo al mismo tiempo una estructura básica. Aunque cuentan con una guía preparada, ofrecen una gran flexibilidad. (Concepto, 2021)
- **Entrevistas no estructuradas:** se caracterizan por ser conversaciones que tienen como objetivo recopilar datos para la investigación. Los debates no estructurados, a diferencia de las entrevistas planificadas, incluyen menos preguntas y más flexibilidad en cuanto al tema a tratar. (Concepto, 2021)

En la presente investigación se utilizará la entrevista semiestructurada, ya que ofrece un grado de flexibilidad aceptable, dando la oportunidad al entrevistado (presidente de la Asociación de turismo de Huasipamba) de que expresen sus puntos de vista, permitiendo obtener puntos de vista que nos ayuden a construir de mejor manera un paquete turístico más eficiente.

Guía de la entrevista a ejecutar. (Ver apéndice 2)

- *Bienvenida y presentación del entrevistador*

- *Notas para la entrevista.*
- *Pregunta para romper el hielo*
- Preguntas a realizar.

¿Existe sitios donde el turista pueda conseguir alimentos preparados?

¿Qué elecciones tiene la operadora para hospedar a los turistas?

¿Qué alternativas de transporte tienen los turistas desde el momento que deciden contratar sus servicios?

¿Existen puntos de seguridad o puntos de apoyo para los turistas en caso de un repentino accidente, robos o cualquier disturbio que afecte el bienestar del cliente?

¿Cuánto dinero en promedio invierte él turista en un programa turístico ofertado por su operadora y que otras alternativas existen?

Para la segunda etapa se recurrió a la ENCUESTA, la cual definiremos a continuación:

Salgado (2015), propone la definición de la encuesta como un instrumento que implica la utilización de procesos organizados para describir, explorar, predecir y/o explicar características específicas previamente planteadas como problema de investigación. El objetivo es reunir información útil recogiendo y evaluando datos de una muestra representativa de una población o universo más amplio.

Tabla 3 Tipos de encuestas

- En relación con la literatura científica, el objetivo principal de la investigación es:
Exploratorio
Descriptiva
Explicativo
Predictivo
Evaluativo
- Basadas en su contenido:
Las encuestas se refieren a hechos.
Las encuestas de opinión son un tipo de encuesta.
Encuestas de actitudes, motivos o sentimientos.
- Mediante el procedimiento de presentación de la encuesta:
Personal.
Por teléfono.
Postales y autoasignadas.
- En función de la dimensión temporal:
Transversal o sincrónica.
Diacrónica o longitudinal:
Tanto retroactiva como prospectiva.
En el diseño de una tendencia, panel o cohorte.
- En función de su uso previsto:
Político-social.
Comerciales.
Encuestas con objetivos específicos.

Nota: Visauta, 1989: 262-264 tomado de (Salgado, 2015)

Modelo de encuesta a ejecutar (ver apéndice 3)

Universo y muestra

UNIVERSO:

Según Terán (2020), el 68% de los visitantes internacionales declararon que la observación de reservas naturales y otros lugares culturales es una de sus principales razones para visitar Ecuador en un cuestionario de 2015 realizado por el Ministerio de Medioambiente. Destaca además que los distintos tipos de entretenimiento en estos destinos supusieron el 32% de los beneficios turísticos nacionales en 2013. El autor también señala que el turismo en Ecuador ha crecido de manera constante, con un aumento del catorce por ciento de los visitantes

globales que visitaron el país en 2017 para disfrutar de sus impresionantes paisajes, cultura y costumbres.

Según los boletines de datos turísticos, el turismo local incluye tanto los viajes receptivos como los locales, según el Ministerio de Turismo (2017). Según los datos estadísticos recopilados en el año 2017, se registró un total de 2,926,474 pasajeros transportados por vía aérea dentro de Ecuador, esto supone una reducción del 2,5% respecto al año anterior.

Según el Ministerio de Turismo (2017), en este año se documentaron un total de 2.141.890 visitas en 33 espacios naturales, de las cuales 1.656.818 fueron turistas internacionales y 485.072 visitantes locales. Estos datos reflejan un incremento del 3.9% en comparación con el año anterior.

MUESTRA

Lerma (2011) afirma que el muestreo es fundamental para seleccionar qué partes de una población o universo deben explorarse con el fin de extraer conclusiones relativas a esa comunidad. Es crucial que la muestra sea significativa y representativa, de manera que refleje los rasgos fundamentales de la realidad. El error que se produce cuando las inferencias sobre una realidad se derivan basándose sólo en una parte de ella se conoce como fallo de muestreo.

TIPO

Según la definición de Ibidem (2009), un estudio probabilístico es aquel que se produce cuando se utilizan métodos específicos, como sondeos, entrevistas y encuestas, para recoger y adquirir información. Se basan en el concepto de equiprobabilidad. Es decir, cada persona tiene la misma probabilidad de ser elegida para formar parte del grupo representativo. Elegimos esta forma de instrumento para garantizar la exactitud de la muestra recogida por este motivo. Encontrado en (Lerma, 2011)

En la actualidad no se dispone de información ni de datos científicos suficientes para corroborar el número de visitantes que acuden al pueblo de Huasipamba. Por ello, el número de muestras se ha calculado mediante la fórmula de población infinita, con un grado de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

Fórmula:

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N - 1) \left(\frac{E^2}{K} \right) + p \cdot q}$$

N= universo o población (**485.072**)

p= 0.50

q= 0.50

E= 0.05

K= 2

$$n = \frac{(485.072)0,5x0,5}{0,05^2}$$

$$(485.072 - 1) \left(\frac{1}{2}\right) + 0,5x0,5$$

$$n = 199,91$$

Por consiguiente, se llevó a cabo un conjunto de 204 encuestas a visitantes que estaban presentes en la localidad, en el mes de abril del presente año, entre el 01 y 30 de abril de 2023, a distintas horas del día, entre las 8:00 y las 17:00.

PRESENTACIÓN GRÁFICA, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS OBSERVADOS

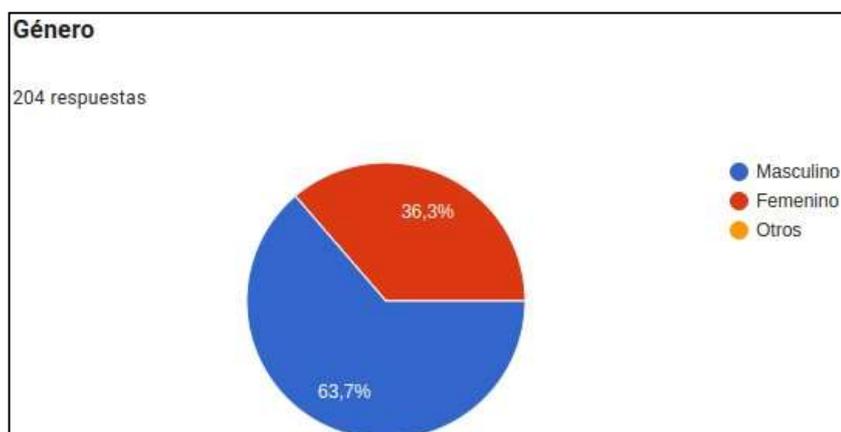
Tras la utilización de los métodos de recopilación de datos, se organizaron los datos adquiridos y se crearon los gráficos adecuados. Esto permitió realizar el análisis pertinente, ya que la información que se muestra a continuación representa los resultados de la investigación.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA AL CLIENTE

A. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL ENCUESTADO

1) Género

Figura 6
Género.

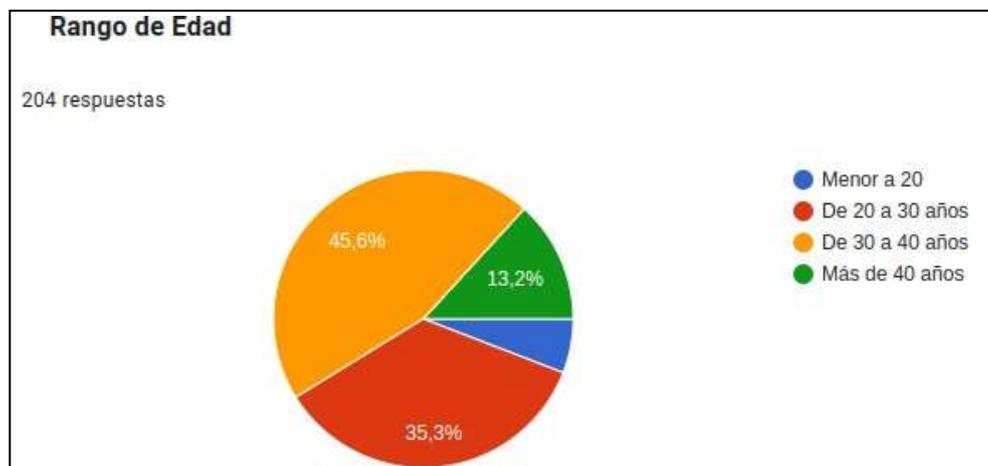


Análisis de datos

La observación revela que la gran mayoría de visitantes en la región son hombres que viajan acompañados de sus parejas o solos, mientras que el porcentaje de mujeres es menor, pero también se encontraban en compañía de sus respectivas parejas.

2) Rango de Edad

Figura 7
Edad.

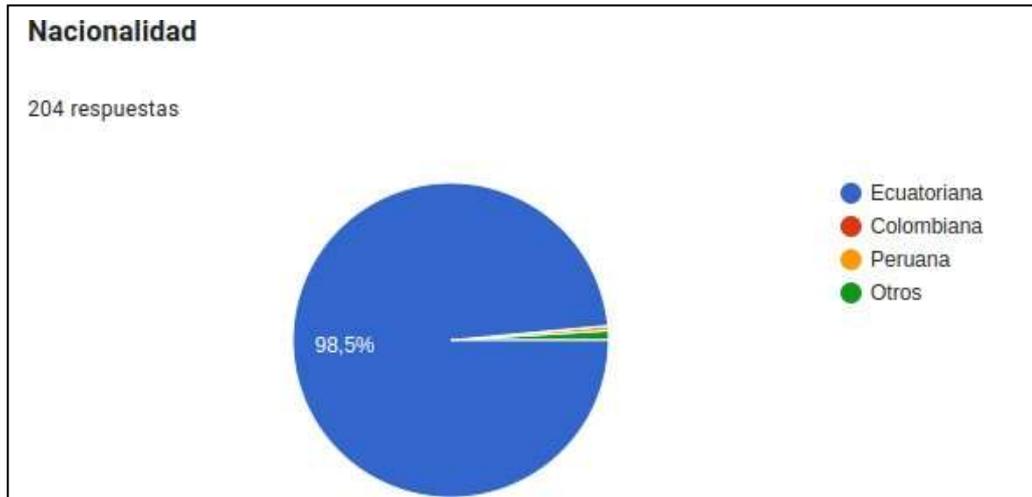


Análisis de datos

Según los resultados de la encuesta, el 45,6% de los visitantes encuestados tenía entre treinta y cuarenta años, mientras que el 35,3% tenía más de treinta y cuarenta años. Estas personas tienen ocupaciones estables y sueldos constantes. Sólo el 6%, en cambio, eran jóvenes menores de 20 años que iban acompañados de compañeros de universidad. Esto implica que los servicios turísticos a ser implementados, deben ir enfocados a turistas adultos, profesionales que gustan de las atracciones turísticas en entornos naturales bien presentadas y son exigentes con los servicios la calidad de los servicios.

3) Nacionalidad

Figura 8
Nacionalidad.



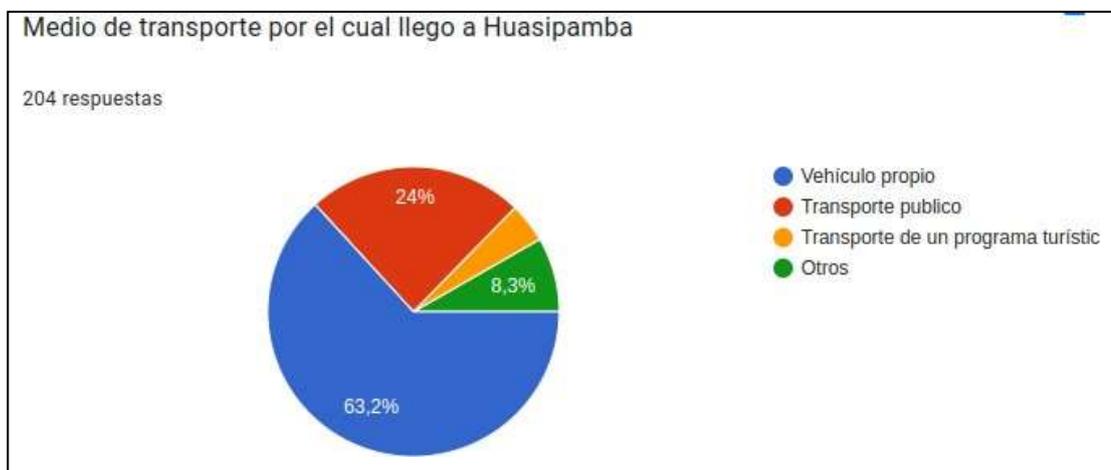
Análisis de datos

Con estos datos podemos apreciar que gran parte de turistas encontrados en la zona son turistas nacionales, razón por lo cual se utilizó la población de turistas que van a Azuay por turismo de naturaleza.

B. DATOS DE LA EXPERIENCIA TURÍSTICA EN LA COMUNIDAD

4) Medio de transporte por el cual llego a Huasipamba

Figura 9
Medio de transporte.

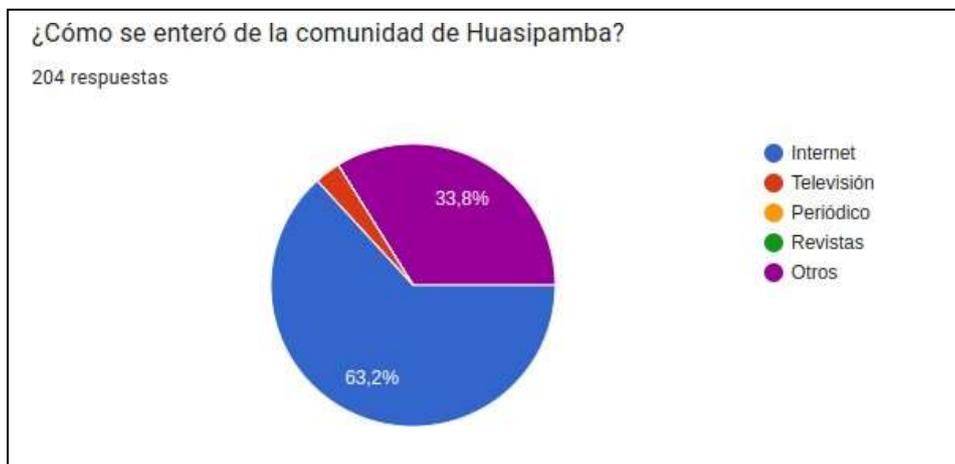


Análisis de datos

La investigación reveló que el 63,2% de los visitantes llegan a la ciudad en coche, mientras que otros toman el transporte público dentro de la misma provincia y sólo el 5% utiliza el transporte proporcionado por el operador turístico que reservó para el viaje.

5) ¿Cómo se enteró de la comunidad de Huasipamba?

Figura 10
Medio de comunicación.



Análisis de datos

En la presente pregunta tenemos que el 63,2% de los turistas se enteraron de la comunidad mediante redes sociales, por sus amigos que les han comentado de los atractivos del lugar y como último medio de información es la televisión, los turistas de la misma provincia.

6) ¿Considera que Huasipamba es un lugar representativo de Azuay?

Figura 11
Lugar representativo.

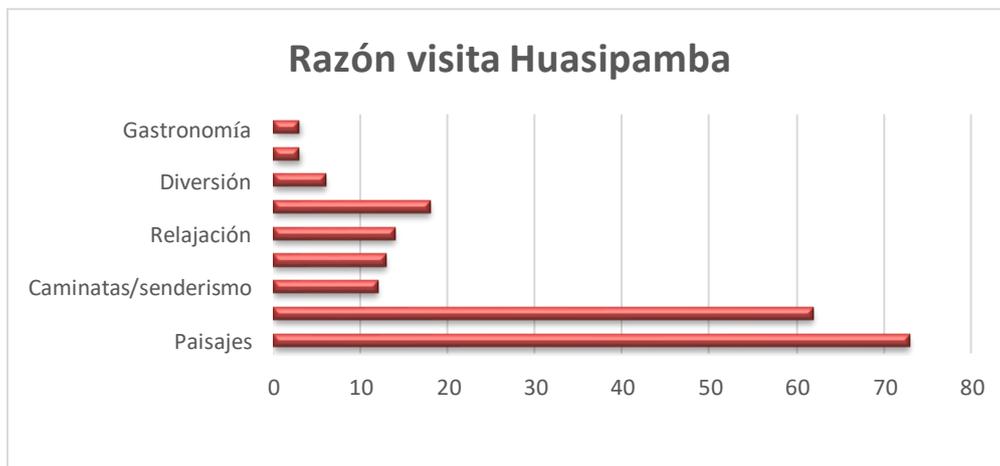


Análisis de datos

Los turistas a los que se les pregunto, si la comunidad que está visitando es representativa dentro de la provincia de Azuay, tenemos que el 52% está de acuerdo y el 23,5% están totalmente de acuerdo, siendo una base como para determinar que la belleza natural de la zona es atractiva para los turistas que se encuentran en la comunidad.

7) ¿Cuál es la razón por la que visita Huasipamba?

Figura 12
Razón de la visita.



Análisis de datos

A través del análisis de esta pregunta, se revela que los visitantes eligen Huasipamba principalmente por la belleza de sus paisajes. En segundo lugar, se destacan los atractivos turísticos, como la piedra movediza y las esculturas de piedra. Por último, la biodiversidad local ocupa el tercer lugar en las preferencias. Estos resultados indican que se trata de turistas que disfrutan del turismo de naturaleza.

8) ¿Con quién visita Huasipamba?

Figura 13
Visita a la comunidad.

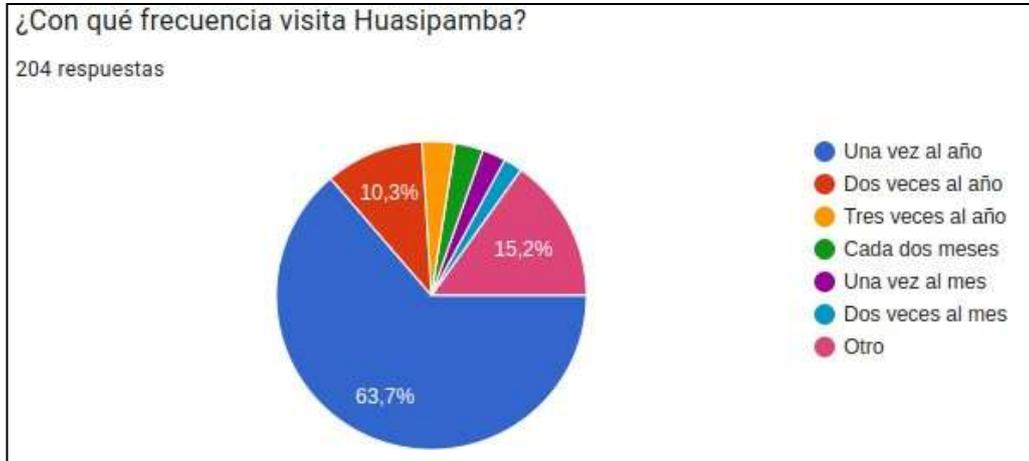


Análisis de datos

En esta pregunta podemos obtener que los turistas encuestados se encontraban con su familia visitando la comunidad, en segundo lugar, visitan la comunidad con sus parejas o amigos y muy pocos turistas se encuentran visitando solos.

9) ¿Con qué frecuencia visita Huasipamba?

Figura 14
Frecuencia de viaje.

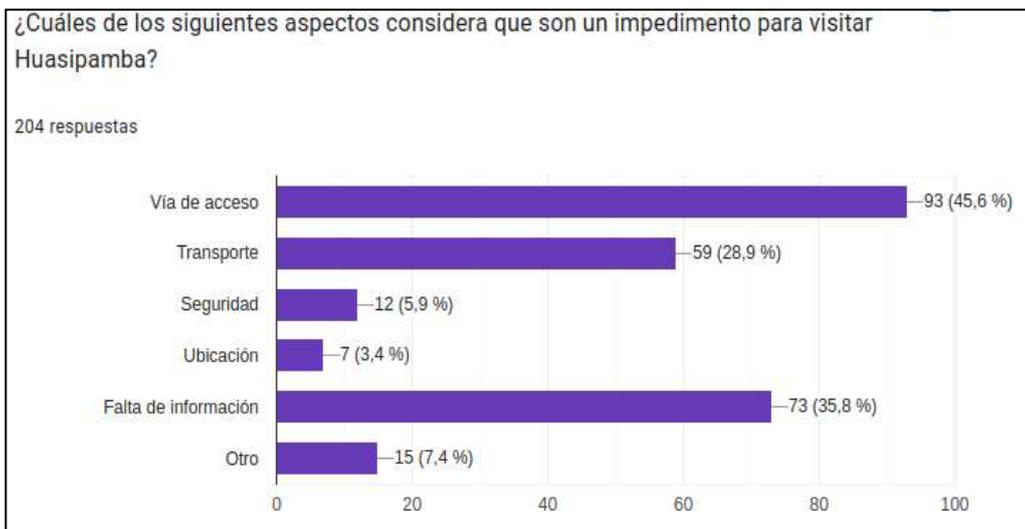


Análisis de datos

Analizando esta pregunta vemos que los turistas encuestados visitan la comunidad una vez al año, y apenas el 10% lo visitan dos veces al año, lo que nos indica que un feriado lo destina para visitar el lugar como lugar típico.

10) ¿Cuáles de los siguientes aspectos considera que son un impedimento para visitar Huasipamba?

Figura 15
Aspectos a considerar.



Análisis de datos

En esta pregunta tenemos que una de las razones por las que considera impedimento para regresar a Huasipamba son: las vías de acceso que sabemos que son vías de tercer orden que apenas son lastradas y en época lluviosa se dañan y causan daños a los vehículos, la falta de información, pues algunos de los turistas están ahí solo porque sus compañeros les visitaron a conocer el lugar y como tercer lugar le ponen al transporte pues las frecuencias de acceso solo son una de entrada y una de salida.

11) ¿Está conforme o cumplió con sus expectativas al visitar a Huasipamba?

Figura 16
Expectativas.



Análisis de datos

Al analizar las respuestas a esta pregunta tenemos que el 58,3% de los turistas han cumplido con las expectativas al conocer la comunidad, así también tenemos el 30,9% que están totalmente conformes y solo un 3% están inconformes o totalmente inconformes con su visita, teniendo entre las razones las incluidas en la anterior pregunta.

12) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una Programa de fin de semana de turismo de naturaleza en Huasipamba?

Figura 17
Programa de finde semana.



Análisis de datos

De aquí tenemos que el 75% turistas que visitan el fin de semana en la comunidad están dispuestos a gastar entre \$50 a \$100 y el 20% de entre \$100 a \$200, lo que nos demarca un rango de costos de nuestra propuesta de programa turístico.

RESULTADOS DE LA ENTREVISTA CON EL DIRECTOR DE LA ORGANIZACIÓN TURÍSTICA DE HUASIPAMBA

¿Existe sitios donde el turista pueda conseguir alimentos preparados?

Un lugar específico donde el turista llegue y pueda servirse no, pero las personas de la comunidad pidiendo con anticipación si preparan

Análisis de resultados

Mediante esta respuesta se advierte la necesidad de tener un lugar adecuado donde preparar los alimentos para los turistas a los que se les lleve a la comunidad.

¿Qué elecciones tiene la operadora para hospedar a los turistas?

El servicio de hospedaje no dispone la comunidad en la actualidad

Análisis de resultados

Con este dato se debe tener muy en claro que se requiere un acuerdo con algún lugar que ofrezca servicios de hospedaje para los turistas que visitan la comunidad.

¿Qué alternativas de transporte tienen los turistas desde el momento que deciden contratar sus servicios?

El transporte se realiza generalmente en camionetas desde la cabecera cantonal

Análisis de resultados

Esta es una realidad que hay que tener en cuenta para proporcionarles transporte directo a la comunidad de forma eficaz y oportuna.

¿Existen puntos de seguridad o puntos de apoyo para los turistas en caso de un repentino accidente, robos o cualquier disturbio que afecte el bienestar del cliente?

No existe dentro de la comunidad algún punto específico mencionado anteriormente.

Análisis de resultados

Teniendo en cuenta esto se debe dar el plus de servicio de guía y cuidado para los turistas, aunque con los antecedentes de la comunidad, se conoce que es una comunidad muy tranquila.

¿Cuánto dinero en promedio invierte él turista en un programa turístico ofertado por su operadora y que otras alternativas existen?

El turista promedio invierte un valor bajo en cuanto a hospedaje y transporte

Análisis de resultados

No se conoce exactamente los valores medios de los gastos, pero conociendo los valores promedio de los lugares turísticos conocidos se generará un promedio.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Según los sondeos de visitantes locales, es evidente que:

- Por lo que se ha visto, una gran parte de los turistas de la región son varones, lo que indica que nuestra principal atención debe dirigirse a los hombres como público objetivo, sin pasar por alto a las mujeres.
- De la muestra de turistas encuestados, se encontró que el 45,6% pertenecen a un rango de edad entre treinta y cuarenta años, y son de nacionalidad nacional.
- Con respecto a la variable Medio de transporte por el cual llego a Huasipamba; conocemos que 63,2% de turistas utilizan su propio vehículo

para llegar a la comunidad, y solo el 5% utilizan transporte de la operadora turística que contrataron para el viaje, lo que nos pone en consideración los costos y al contrastar con las razones negativas de visitar la comunidad tenemos la vialidad, tenemos que potenciar el transporte como servicio importante para nuestro programa turístico.

- Con respecto a la variable medio de información; se observa que el 63,2% de los turistas se enteraron de la comunidad mediante redes sociales, lo que nos permite potenciar como medio de comunicación principal las redes sociales para la promoción de los programas turísticos.
- Con respecto a la variable Huasipamba es un lugar representativo; se evidencia que el 52% está de acuerdo, y al contrastar con la variable de las razones por las que visita Huasipamba tenemos que son principalmente por sus paisajes, el segundo lugar los atractivos turísticos como son la piedra movedora y las esculturas de piedra, y ya en tercer lugar por la observación de la biodiversidad de la zona de estudio, así que se observa que son turistas que realizan turismo de naturaleza.
- Al analizar la variable con quién visita Huasipamba; En esta pregunta se pudo obtener que los turistas encuestados se encontraban con su familia visitando la comunidad lo que debemos tener en cuenta para la preparación de programas turísticos para familias antes que para parejas.
- La variable frecuencia de visita a Huasipamba; vemos que los turistas encuestados visitan la comunidad una vez al año, y apenas el 10% lo visitan dos veces al año, lo que indica que un feriado lo destina para visitar el lugar como lugar típico.

- La variable impedimento para visitar Huasipamba; son: las vías de acceso que sabemos que son vías de tercer orden que apenas son lastradas y en época lluviosa se dañan y causan daños a los vehículos, la falta de información, pues algunos de los turistas están ahí solo porque sus compañeros les visitaron a conocer el lugar y como tercer lugar le ponen al transporte pues las frecuencias de acceso tienen una ruta de entrada y una desalida a la cabecera cantonal.
- La variable expectativa al visitar Huasipamba; revela que solo el 58,3% de los turistas han cumplido con las expectativas al conocer la comunidad, así también, solo un 3% están inconformes o totalmente inconformes con su visita, teniendo entre las razones las incluidas en la anterior pregunta.
- La variable pago por Programa de turismo de naturaleza; aquí se evidencia que el 75% de turistas que visitan, el fin de semana, la comunidad, están dispuestos a gastar entre \$50 a \$100 y el 20% de entre \$100 a \$200, lo que nos demarca un rango de costos de nuestra propuesta de programa turístico.

DE LA ENTREVISTA

De la entrevista se pudo apreciar que no hay restaurantes, ni hoteles ni una UPC, por lo que se debe trabajar con la comunidad para organizar la comida, el hospedaje y el acceso a la comunidad, para que la comunidad se pueda beneficiar de los turistas que accedan a la comunidad, con el asesoramiento necesario para crear rutas turísticas o programas promocionales que brinden rentabilidad a la comunidad como al operador turístico que oferte los programas.

Síntesis del capítulo

En este capítulo se analizaron las evaluaciones de los huéspedes que visitaron el pueblo de Huasipamba, así como una entrevista con el responsable de la organización turística del barrio. Estos datos se utilizaron para investigar posibles correlaciones entre factores y crear un programa turístico para el pueblo.

Con base en la investigación se pudo apreciar que los turistas que visitan Huasipamba, son mayoritariamente varones adultos y ocasionalmente parejas y familias, de nacionalidad ecuatoriana; el medio de transporte mayoritario es vehículo propio.

Las razones por las cuales visitan son: por la belleza natural, los atractivos turísticos de origen natural como formaciones rocosas y la biodiversidad. La frecuencia de visita es de dos veces al año.

Los medios por los cuales conocieron de la existencia del lugar son por redes sociales y por referencias de otras personas.

Una de las principales dificultades que han experimentado los turistas es la calidad de las vías, especialmente en épocas de lluvia, la falta de señalización e información sobre los atractivos turísticos; además, de la escasez de servicios como hospedaje y alimentación. Así también, falta de presencia de policía o rescatistas; no obstante, de ello, se observa que la comunidad es bastante tranquila y el riesgo de inseguridad es bajo.

Con base en los análisis presentados, se procederá a elaborar una propuesta

de programa para la comunidad, tomando en cuenta las conclusiones extraídas de cada uno de los datos recopilados.

CAPÍTULO III: PROPUESTA

Descripción de la propuesta

El programa turístico propuesto se orienta hacia familias y parejas que tienen edades comprendidas entre treinta a cuarenta años, basado en la información previa sobre los turistas que ya visitan la comunidad de Huasipamba. Esta propuesta se plantea como una opción a considerar para las vacaciones o feriados.

La implementación de este programa turístico de naturaleza contribuirá a reactivar la economía de la comunidad. A medida que se incremente la demanda de los servicios y subproductos ofertados en la ruta turística propuesta, se generarán nuevas oportunidades de empleo y se realizarán mejoras en la infraestructura para el beneficio de la comunidad.

Viabilidad económica y socio ambiental

El turismo basado en la naturaleza, que se centra en el contacto con el mundo natural, es un importante generador implícito de ingresos para la preservación ecológica. El turismo basado en la naturaleza, según McNeely, Faith y Albers (2005, citados en Zalles, 2018), desempeña un papel importante en este sentido.

Hay varias razones por las que nuestra iniciativa de turismo de naturaleza para el pueblo de Huasipamba beneficiará al crecimiento económico local, además de garantizar el futuro de los activos culturales y naturales de la zona. Los objetivos mencionados, que se definen como metas a alcanzar en los próximos cuatro años

para estimular el crecimiento turístico nacional, incluyen la ayuda de las autoridades locales y nacionales.

Impacto

Del empoderamiento de la comunidad, se espera un crecimiento poblacional que modifique el paisaje y el uso del suelo, perpetrando bosques primarios con la intención de generar nuevas rutas e ingresos para las nuevas familias. Pero nada que no se pueda solucionar con la gestión del uso de suelo y los incentivos económicos por preservación emitido por las autoridades nacionales.

Así como la necesidad de generar nuevos ingresos se generará nuevas necesidades por parte de la comunidad ampliando las rutas comerciales de productos de primera necesidad para abastecer a la comunidad y sus visitantes, generando deterioro de las vías de tercer orden, que con una buena gestión de las autoridades se las puede remediar.

En términos generales el crecimiento de las visitas turísticas también puede provocar un incremento de la inseguridad, pero, es necesaria y tiene que ser motivo para solicitar unidades policiales para la zona, a las autoridades competentes.

Desarrollo de la propuesta

INVENTARIO

Producto principal: comunidad de Huasipamba

Tabla 4 Inventario general de la ruta turística

INVENTARIO GENERAL DE LA RUTA TURÍSTICA	
NOMBRE DE LA COMUNIDAD	Huasipamba
• Altitud	a desde los 2.202 a 3.530 msnm
• Temperatura	12 - 16 °C.
• Nacionalidad	Mestiza
• Clima	Ecuatorial Mesotérmico Semi-Húmedo (cálido seco)
• Localización	Provincia: Azuay
	Cantón: Santa Isabel
	Parroquia: Cañaribamba
• Número de familias	50 FAMILIAS
• Economía	La mayoría de la comunidad trabaja en: <ul style="list-style-type: none">• Ganadería 40%

	<ul style="list-style-type: none"> • Agricultura 20% • Turismo y microempresa 25% • (Carpinteros, jornaleros, comercio) 15% 	
CARACTERÍSTICAS TECNOLÓGICAS Y DE TRANSPORTE		
• Telefonía fija	CNT	
• Telefonía móvil	CNT, Movistar, Claro	
• Internet	Cnt, Claro, HughesNet, Telecuanet, Rapinet	
• Servicios de transporte	TAXI: Chabelo taxi, Queen Mary, Brisas del Jubones	
	CAMIONETA: Trans Huasipamba, Shalshapamba, Galo molina	
INVENTARIO TURÍSTICO HUASIPAMBA		
Atractivos naturales		
TIPO	SUBTIPO	OBSERVACIÓN
• Páramo	Herbazal de paramo	Este ecosistema está dispuesto en porciones de Arbustos hasta de 3m de altura y de pajonales de 1,20 m.
	Laguna Yahuarcocha	Se distingue por su forma aproximadamente circular, sus aguas cristalinas y su entorno rodeado de impresionantes montañas, acantilados pronunciados y vegetación autóctona propia de esta región

	Figuras antropomórficas	Se pueden apreciar numerosas esculturas de grandes rostros representando tanto a la raza cañari como a la humanidad, talladas en piedra y eternamente observando el mundo terrenal y su entorno natural. Estas representaciones forman parte de la rica cosmovisión filosófica de esta comunidad.
	Flora	En el ecosistema del páramo se encuentran diversas especies vegetales como la paja, achupallas, chuquiraguas, el chocar, calceolarias y valerianas. Por otro lado, en el chaparro se pueden distinguir plantas como el gañal, chachaco, sarar, guagual, halo, borracho, entre otras.
	Fauna	En el entorno natural se pueden avistar aves rapaces, como gavilanes e incluso cóndores, junto con posibles avistamientos de mirlos, gorriones, golondrinas, colibríes, gavilanes, palomas de monte o torcazas, perdices de páramo, pavas andinas, chugos, chirotes, carpinteros, azulejos, amarillos y reinitas.
• Bosque	Bosque protector Jeco	Este bosque se localiza cerca del río Jubones. Sus altitudes oscilan entre los 2389 metros hasta los 3880 metros. Además, se puede observar que la mayor parte de la parroquia carece de zonas de bosque y vegetación protegida
	Ríos	Dentro de la comunidad existen tres microcuencas que alimentan al río Jubones que son: Naranjos, Masucay y Paccha. Ríos de aguas cristalinas y frías en las cuales existe truchas.

	Cascadas	Existe pequeñas chorreras a lo largo del rio Naranjos del cual se puede aprovechar mientras se transita por el bosque.
	Flora	Dentro del bosque seco predominan principalmente el faique, las tunas y los pencos
	Fauna	Existen posibilidades de encontrar venados, ñañas, conejos, cuyes de monte y guagurros en el área. En relación a la herpetofauna, se pueden detectar especies como la falsa coral, guasos, lagartijas de los Andes, sapos de bosque seco, hojas podridas o "X", cuylampalos y algunos anfibios.
Atractivos culturales		
• Fiestas	Fiestas religiosas	La fiesta de las tres cruces -Mayo
		La fiesta de la virgen de la inmaculada - Junio
		Las fiestas de la virgen de la nube y la natividad - Diciembre
• Explotaciones Industriales	Fábricas de lácteos	PRODELACTO y Lácteos Pando, son dos de las industrias principales, que se encargan del procesamiento de lácteos de la zona.
• Etnografía	Convivencia en casa familiares	La costumbre de amabilidad y solidaridad de las casas acogientes con los turistas es uno de las características de la comunidad.
	Comida típica	La comida tradicional que se prepara en la comunidad es: arroz de cebada, caucara, mote pillo, papas con cuy asado, caldo de gallina criolla, cascaritas con mote, buñuelos con miel, trucha frita, choclos con queso, habas con queso, humitas con café, etc.

Tabla 5 Programa turístico

PROGRAMA TURÍSTICO “DESCUBRIENDO HUASIPAMBA”			
DESCRIPCIÓN:			
El programa "Descubriendo Huasipamba" es una emocionante propuesta de turismo de naturaleza diseñada para aquellos que disfrutan de explorar la belleza natural, apreciar el entorno y sumergirse en las costumbres y tradiciones de Huasipamba. Los participantes tendrán la oportunidad de apreciar las maravillas de Huasipamba a través de una serie de deportes de aventura y la incorporación a las celebraciones y costumbres de la acogedora comunidad local.			
OBJETIVO:			
Promover la apreciación y conservación de la naturaleza mediante la oferta de un programa de turismo para ayudar al desarrollo económico de la comunidad.			
DURACIÓN: fin de semana (2 días 1 noche)			
ACTIVIDADES	SI	NO	TEMPORALIDAD
• Trekking o excursionismo	X		Todo el año
• Ciclismo	X		Todo el año
• Paseo en caballo	X		Todo el año
• Visita al bosque	X		Todo el año
• Visita al sitio arqueológico	X		Todo el año

• Visita a las lagunas	X		Todo el año
• Observación de flora, fauna	X		Todo el año
• Participación en las fiestas y ritos	X		Según el mes de las fiestas
• Visita a fabrica lácteos y artesanías	X		Todo el año

ITINERARIO 2 días y 1 noche						
DIA	HORA	CORREDOR DE TRASLADO	DESTINO	DURACIÓN	ACTIVIDAD	ATRACTIVO PRINCIPAL
1	7:00 - 9:00	Terminal de Cuenca	Hostería	2 horas	Desayuno	Paisaje natural
	9:00 - 11:00	Sitio de Hospedaje Huasipamba	Bosque Jeco	3 horas	Trekking, fotografía, avistamiento de la biodiversidad local	Paisaje
	11:00 - 12:00	Bosque Jeco	Figuras antropomórficas		Charla de la historia del mirador y las piedras talladas Tiempo de relajación	Figuras
	12:00 - 13:30	Figuras antropomórficas	Comunidad	1:30 minutos	Cabalgata hacia la comunidad Almuerzo	Comida típica
	14:30 - 15:30	Comunidad	Fábrica de lácteos	1 hora	Explicación de la elaboración de los productos de la zona	lácteos

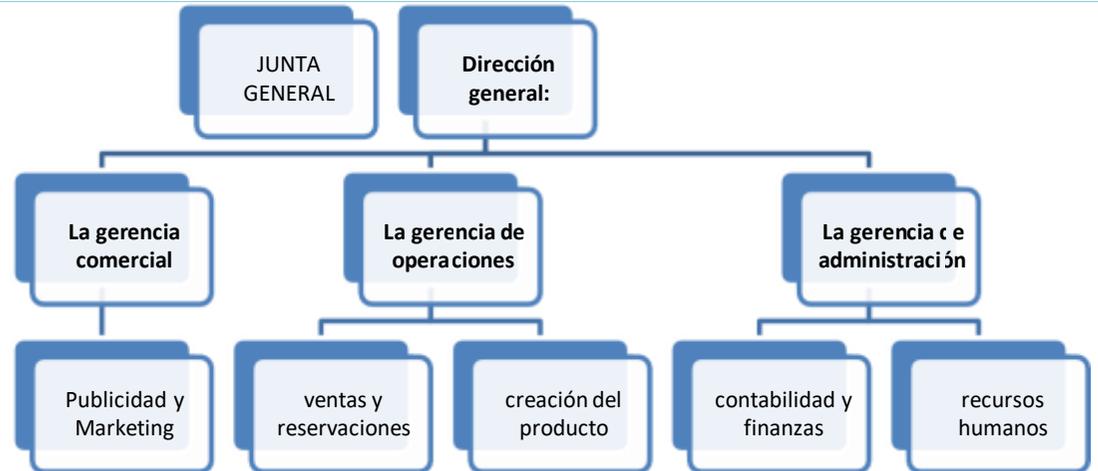
	15:30 - 18:00	ACTIVIDAD ENCARGADA POR EL GUÍA Y LA COMUNIDAD				Comunidad
	18:00 - 19:00	Comunidad	Comunidad	1 hora	Cena	Comida típica
DÍA 2	HORA	CORREDOR DE TRASLADO	DESTINO	DURACIÓN	ACTIVIDAD	ATRACTIVO PRINCIPAL
	7:00 - 8:30	Comunidad		1:30 minutos	Desayuno	Paisaje natural
	8:30 - 11:30	Comunidad	Bosque Jeco	3 horas	Trekking, fotografía, Visita al río y cascadas Tiempo de relajación	Paisaje
	11:30 - 12:30	Bosque jeco	Comunidad	1 hora	Paseo en caballo Tiempo de relajación	Paisaje
	12:30 - 13:30	Comunidad		1:00 minutos	Almuerzo	Comida típica
	13:30 - 15:00	Comunidad	Cuenca	2 horas	Traslado a la ciudad y terminación del recorrido Despedida	Paisaje

ITINERARIO							
1 día							
DIA	HORA	CORREDOR DE TRASLADO	DESTINO	DURACIÓN	ACTIVIDAD	ATRACTIVO PRINCIPAL	
1	7:00 - 9:00	Terminal de Cuenca	Hostería	2 horas	Desayuno	Paisaje natural	
	9:00 - 11:00	Sitio de Hospedaje Huasipamba	Bosque Jeco	3 horas	Trekking, fotografía, avistamiento de la biodiversidad local	Paisaje	
	11:00 - 12:00	Bosque Jeco	Figuras antropomórficas		Charla de la historia del mirador y las piedras talladas Tiempo de relajación	Figuras	
	12:00 - 13:30	Figuras antropomórficas	Comunidad	1:30 minutos	Cabalgata hacia la comunidad Almuerzo	Comida típica	
	14:30 - 15:30	Comunidad	Fábrica de lácteos	1 hora	Explicación de la elaboración de los productos de la zona	lácteos	
	15:30 - 18:00	ACTIVIDAD ENCARGADA POR EL GUÍA Y LA COMUNIDAD					Comunidad
	18:00 - 19:00	Comunidad	Cuenca	2 horas	Traslado a la ciudad y terminación del recorrido Despedida	Paisaje	

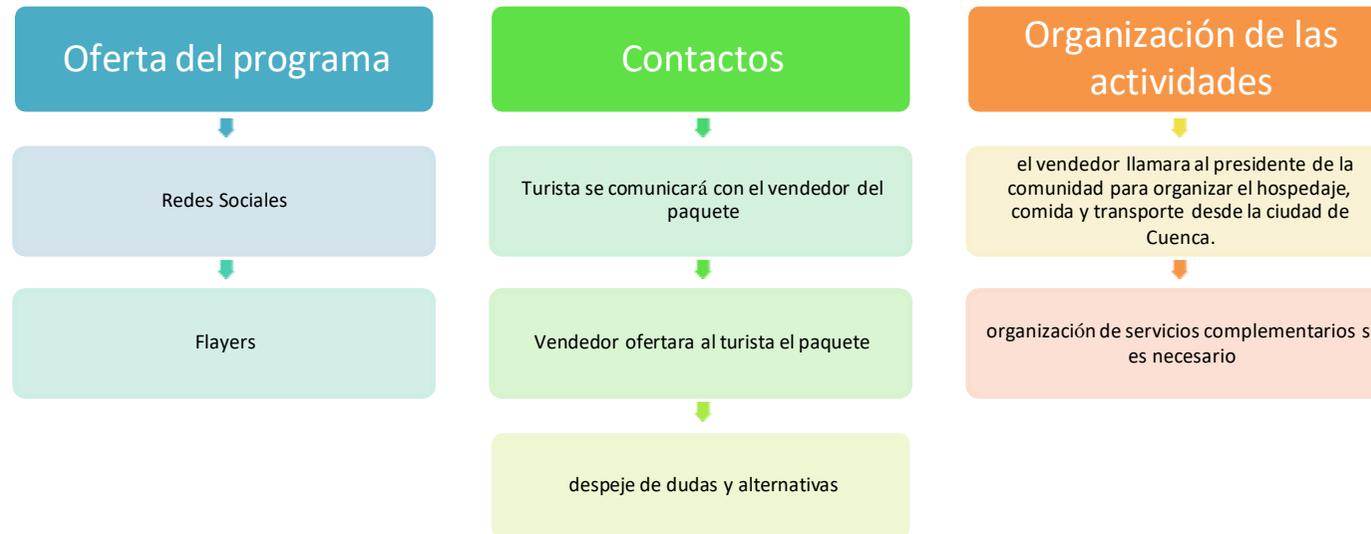
Tabla 6 Caracterización de los servicios ofertados y estructura organizacional

CARACTERÍSTICAS DE LA PLANTA TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD							
1) HOSPEDAJE							
Tipo	Precio por noche	Número de habitaciones				Especificaciones de la habitación	
		Sencilla	Doble	Múltiple	Total, habitaciones		
CASA FAMILIAR		10	5	---	15	Poseen todos los servicios básicos, los baños son compartidos con los miembros de la familia	
2) ALIMENTACIÓN							
Tipo	Total plazas	Capacidad			Menú		Especificaciones
		Mesas	Sillas	Baños	Tipo de alimentos	Precio	
COMEDOR	50	2	50	2	Desayuno, almuerzo, merienda	\$9	Comida tradicional y vegetariana
Los diferentes menús que se preparan son bajo pedido							
3) MERCADO							
Número de turistas que llegan:		Aproximadamente 1000 al año					
Países de origen:		Estados Unidos, Canadá, América del sur, Nacionales					
Rango de edades:		Entre 20 – 30 años		35%	Parejas		
		Entre 30-40 años		45%	Familias		
		Mas de 40 años		13%	Estudiantes – jubilados		
4) PRESENTACIÓN DEL PRECIO DEL PROGRAMA							
SERVICIOS	PRECIO UNITARIO	PAQUETE DE 15 PERSONAS		OBSERVACIONES			
• Programa	\$108	\$2160		No incluye IVA			
• Servicio de alojamiento	\$15	-		En casa acogiente			
• Alimentación	\$9	-		Por desayuno, almuerzo y merienda			

• Guía	\$10	-	Orientara las actividades y lugares a visitar y capacitación de temáticas ambientales
• Transporte	\$20	-	de Quito a la comunidad
5) GESTIÓN DEL PRODUCTO			
Sistema de organización:	<p>La junta de accionistas tiene la última palabra con respecto a la aprobación de los servicios turísticos ofertados, costos y contratación del personal y contacto de las casas acogientes.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dirección general: estará a cargo de un profesional que ayude con la gerencia de los tres departamentos de la operadora comunitaria. (Técnico en Turismo) 2. Gerencia comercial: estará a cargo de una persona encargada de realizar la publicidad del producto por cualquiera de los medios de comunicación más pertinentes. 3. Gerencia de operaciones: será la o las personas encargadas de ofertar el programa de turismo de naturaleza en la comunidad, ofertar facilidades para la venta de los mismos y de contactar con el presidente de la comunidad para la acogida de los turistas. Así también de la gestión del pago de las reservas total o parciales de los servicios. 4. Gerencia de administración: tendrá a cargo la contratación de personal necesario para operar los servicios turísticos, así como del pago de los honorarios por los mismos en conjunto con la gerencia de operaciones. 		
Forma de administración:			
Forma de distribución:			



6) PROCESO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO



Cálculo de los costos

- **Programa** : “Las caras de Huasipamba”
- **Duración** : 2 días, 1 Noche
- **Cantidad min** : Grupo de 15
- **Ventas esperadas** : 48 programas al año
4 programas cada mes
1 programa por semana

PROGRAMA DE TURISMO DE NATURALEZA HUASIPAMBA				
Grupo:				
15 pasajeros				
Ruta "Las caras de Huasipamba"				
Día	Detalle	Prestador	Valor unitario	Valor por 15
1	Transporte		\$ 20,00	\$ 300,00
	Alimentación		\$ 9,00	\$ 135,00
	Hospedaje		\$ 15,00	\$ 225,00
	Guía		\$ 10,00	\$ 150,00
2	Transporte		\$ 20,00	\$ 300,00
	Alimentación		\$ 6,00	\$ 90,00
	Hospedaje		\$ -	
	Guía		\$ 10,00	\$ 150,00
SUBTOTAL (COSTO POR PAX)			\$ 90,00	\$1.350,00
MARGEN DE IMPREVISTOS 2%			\$ 4,50	\$ 90,00
MARGEN DE UTILIDAD (MARK UP)10 %			\$ 13,50	\$ 270,00
PRECIO DE VENTA POR PAX			\$ 108,00	\$2.160,00

OFERTA DEL PROGRAMA

Figura 18

Flayer que se colocara en las redes sociales



Figura 19

Publicidad en Facebook.



Síntesis del capítulo

En este capítulo la propuesta turística se basa en las oportunidades y flexibilidad turística que ofrece la maravillosa naturaleza de Huasipamba, la cultura, por lo que se establece procesos para que la oferta turística sea lo más atractivo y satisfactoria para el turista.

Dentro de la gestión del programa turístico se comienza desde la difusión de la oferta turística, tomar contacto con el interesado y organizar las actividades con la comunidad para que el turista obtenga el mejor servicio turístico, para lo cual se describe la estructura organizacional de la operadora turística en vinculación con la comunidad, así también se indica el programa turístico organizado para los turistas nacionales que se captarían como principal objetivo, y dependiendo de la aceptación y el flujo de turistas, se incrementaría la oferta turística a turistas extranjeros que gusten de visitar comunidades y convivir con la gente del lugar.

CONCLUSIONES

- Según los resultados de la investigación, que incluyó encuestas y entrevistas con las partes interesadas, la zona de Huasipamba tiene un notable potencial turístico debido a sus paisajes naturales, su biodiversidad, sus habitantes, cultura y facilidad de acceso, lo que permite a los turistas invertir y disfrutar de unas vacaciones en un entorno natural.
- Dado que el gobierno central y los gobiernos locales tienen el deber de ayudar a grupos vulnerables como comunidades o grupos rurales y una alternativa para su crecimiento socioeconómico puede ser el fortalecimiento del turismo rural y comunitario, la iniciativa es legítima.
- Según los resultados del presente estudio, se descubrieron oportunidades recreativas de gran importancia en la comunidad, como las figuras antropomórficas, las lagunas y la riqueza en biodiversidad con la que cuenta la comunidad.
- De acuerdo con el análisis de las actividades turísticas planteadas en la investigación, se realizó una selección de opciones de programas de la oferta turística para la comunidad, con actividades vinculadas a la exploración de la naturaleza, la cuales son 100% viables y aceptables.
- Las encuestas y entrevistas aportaron un punto de vista cuantitativo y cualitativo, mejorando la consolidación del programa y ofreciendo una perspectiva más sólida para el estudio.
- Se plantea la necesidad de una estructura organizativa local para la aplicación del programa turístico de la comunidad, con el objetivo de ofrecer una atención óptima a los turistas y garantizar una gestión eficaz.

RECOMENDACIONES

- En la aplicación de la propuesta se denotó que debería existir una estructura organizativa que impulse el desarrollo turístico en general, del transporte turístico, el hospedaje de los clientes, alimentación y otros servicios como guías.
- El gobierno y la prefectura deberían mejorar los accesos viales a la comunidad para que la frecuencia de transporte público sea más habitual.
- Se recomienda la implementación de canales de marketing digitales para que la propuesta generada en esta investigación tenga mayor alcance al cliente turístico nacional y extranjero.
- Implementar la propuesta turística formulada en este proyecto, con el fin de impulsar el turismo local y por ende generar un impacto socioeconómico positivo en la comunidad.
- Conducir un análisis de viabilidad exhaustivo, a nivel comunitario, para establecer la factibilidad de establecer una operadora turística, ya sea comunitaria o privada, que sea propiedad de la comunidad de Huasipamba.

REFERENCIAS

- Blog de Viajes TravelHolics. (2023). *Visita guiada: ¿Qué es y cómo funciona?* Obtenido de <https://www.travelholics.es/visita-guiada-que-es-y-como-funciona/#!>
- Badillo, A. (2023). *La entrevista*. Obtenido de <https://www.coursehero.com/file/188220449/PP-A1-BADILLO-ARCE-1pptx/>
- Banderas, G. (2022). *Evaluación del producto turístico Cerro Santa Ana bajo la teoría de experiencias memorables*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/19425/1/T-UCSG-PRE-ESP-TUR-9.pdf>
- Cabrera, A. (2020). Entrevista sobre Huasipamba. (J. C. Parapi Toapanta, Entrevistador)
- Canales, M. (2006). *Metodologías de la investigación social*. Santiago: LOM Ediciones.
- Carrasco, J. (1999). *El método estadístico en la investigación médica*. Barcelona: Ciencia.
- Carrera, C. (2023). *Turismo religioso como alternativa de desarrollo al potencial turístico de los cantones Ibarra, Otavalo, Cotacachi y Antonio Ante en la provincia de Imbabura*. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/14193/2/PG%201464%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>
- Concepto. (2021). *Tipos de entrevistas*. Obtenido de <https://concepto.de/tipos-de-entrevista/>
- CONGRESO NACIONAL. (2015). *LEY DE TURISMO*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Constitución de la Republica del Ecuador. (2021). *defensa.gob.ec*. Obtenido de https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf

- COOTAD. (2020). *Código orgánico de organización territorial*. Obtenido de <https://www.cpcs.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/cootad.pdf>
- GAD parroquial de San Salvador de Cañaribamba. (2019). *gadcanaribamba.gob.ec*. Obtenido de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial: <https://www.gadcanaribamba.gob.ec/wp-content/uploads/2022/04/LIBRO-CANARIBAMBA.pdf>
- García, F. (2019). *¿Qué es un parque ecoturístico definición?* Obtenido de <https://la-respuesta.com/blog/Que-es-un-parque-ecoturistico-definicion/>
- Hayman, J. (1981). *Investigación y educación*. Barcelona: Paidós.
- Huerta, T. E. (2020). El aprovechamiento sostenible del turismo rural del Ecuador. *Espacios*, 41. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/20410706.html>
- Ibidem. (2009). *Aplicación de las técnicas de muestreo en los negocios y la industria*. Ingeniería industrial.
- Jiménez Ordóñez, E., & Espinoza Díaz, I. (Agosto de 2020). *U Cuenca*. Obtenido de Actualización del inventario de atractivos turísticos del cantón Santa Isabel con la metodología del Ministerio de Turismo (2018): <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/34756>
- Jiménez, E. (2020). *Actualización del Inventario de Atractivos Turísticos del Cantón Santa Isabel con la Metodología del Ministerio de Turismo (2018)*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Lerma, J. (2011). *Diagnóstico de comunicación educativa: Padres de familia-docentes de la escuela primaria Profesor Humberto Villela Lugo*. Obtenido de <http://www.repositorioinstitucional.uson.mx/bitstream/20.500.12984/936/1/lermagrijalvajesusreyl.pdf>
- Lonelyplanet. (2010). *Travel histories*. Obtenido de <https://www.lonelyplanet.com/ecuador/the-galapagos-islands/articles>
- Lucas, L. (2016). *Implementación de la ruta ecoturística en la comunidad Simbocal y Barquero como aporte al desarrollo turístico del cantón Chone, provincia de Manabí*. Obtenido de

<https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/3576/1/ULEAM-HT-0091.pdf>

- Manami, W. (2016). *https://asesoresenturismoperu.wordpress.com*. Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/03/26/definicion-ruta-turistica/>
- Marin, M. (2019). *Paquetes turísticos*. Obtenido de https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNAP_9fb92695954261a12a479b92c2ef2689/Description#tabnav
- Mercado, C. (noviembre de 2020). *Tecnicatura Superior en Turismo c/o Guía*. Obtenido de https://isp-sal.infed.edu.ar/sitio/wp-content/uploads/2020/09/Plan-Pedagogico_DCT_2C_5-Tramo.pdf
- Miller, P. (Enero de 2023). *Revista Cuenca Ilustre*. Obtenido de <https://patomiller.wordpress.com/tag/santa-isabel/>
- MINTUR. (2017). *servicios.turismo.gob.ec*. Obtenido de https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/AnuarioEstadistico/Boletin-Estadisticas-Turisticas-2013-2017_OK_01052020.pdf
- Morán, T. (2022). *Diseño de un producto turístico para potenciar el desarrollo sostenible del cantón Puerto Lopez de la provincia de Manabí, Ecuador*. Obtenido de <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/4246/1/MORAN%20PIN%20TATIANA%20MARIBEL.pdf>
- NN. (1983). *Diccionario de Ciencias de la Educación*. México: Santillana.
- Parapi, J. (2022). *dspace.uce.edu.ec*. Obtenido de *Diseño de un Plan de Negocios para una zona glamping en Huasipamba, cantón*: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/27704/1/UCE-FAG-PARAPI%20JESSICA.pdf>
- Peralta, S., & Alvarado, K. (Junio de 2023). *Propuesta de un plan de desarrollo turístico para el cantón Santa Isabel, provincia del Azuay*. Obtenido de

- [http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/42272/4/Trabajo-de-titulaci% c3% b3n.pdf](http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/42272/4/Trabajo-de-titulaci%c3%b3n.pdf)
- Reyes, K. H. (junio de 2020). *https://dspace.ups.edu.ec*. Obtenido de <https://www.ups.edu.ec/noticias?articleId=15511802&version=1.0>
 - Rodriguez, T. (Enero de 2013). *Las Caras de Huasipamba*. Obtenido de <https://patomiller.wordpress.com/2013/01/22/las-caras-de-huasipamba-la-octava-maravilla-del-mundo/>
 - Salgado, G. (2015). *Metodología para la determinación del perfil de egresode la Maestría en Ciencias (Matemáticas), basada en el Despliegue de la Función de la Calidad (QFD)*. Obtenido de <https://repositorioinstitucional.buap.mx/bitstream/handle/20.500.12371/8946/396615T.pdf?isAllowed=y&sequence=1>
 - Sánchez Gómez, M. C. (2015). *www.redalyc.org*. Obtenido de www.redalyc.org: <https://www.redalyc.org/pdf/1350/135043653001.pdf>
 - Sarramona, J. (1991). *Fundamentos de educación*. Barcelona: CEAC.
 - Socatelli, M. (2023). *Intermark - Consultores turismo*. Obtenido de <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.3.pdf>
 - Soto, V., & Lamus, E. (2022). *Semillero Sinapsis*. Obtenido de http://uniminuto-dspace.scimago.es/bitstream/10656/16260/1/T.NAT_ViannySoto_EstephanyLamus_2022.pdf
 - Tashakkori, & Teddlie. (2003). *The past and future of mixed methods research: From data triangulation*. España.
 - Terán, C. (2020). *revistasoj.s.utn.edu.ec*. Obtenido de <https://revistasoj.s.utn.edu.ec/index.php/recinatur/issue/view/26/RIJAS%2C%20Nature%20and%20Tourism%20Vol.%202%20N1>
 - UNWTO. (2023). *www.unwto.org*. Obtenido de The British Ecotourism Market: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/ecoturismo-areas-protegidas#:~:text=Gira%20en%20torno%20a%20la,de%20interpretaci%C3%B3n%20de%20la%20naturaleza>.
 - Weiers, R. (1998). *Investigación de Mercados*. Prentice Hall.

- Yépez, V. (2016). *Los itinerarios temáticos como elementos diferenciadores del producto turístico global*. Obtenido de <https://victoryepes.blogs.upv.es/2016/09/14/los-itinerarios-tematicos-como-elementos-diferenciadores-del-producto-turistico-global/#:~:text=Un%20itinerario%20tur%C3%ADstico%20podr%C3%ADa%20definirse,necesidades%20de%20los%20consumidores%20tur%C3%ADsticos.>
- Zalles, J. I. (2018). *Turismo basado en naturaleza y conservación biológica: decisiones de uso de suelo en Mindo*. Obtenido de <https://revistas.flacsoandes.edu.ec/letrasverdes/article/download/2861/2211?inline=1>
- Zenteno, G. (2015). *Circuito cuatro puentes; valle, desierto y arqueología, en el cantón Santo Isabel*. Obtenido de https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/12374/1/Zenteno_Arrunategui_George_Esteban.pdf
- ZIKMUND, W. (s.f.). *Tipos de investigación para el estudio de mercados*.

APÉNDICE

Apéndice 1 Esquema del problema

CAUSAS →	DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	CONSECUENCIAS ←
<ul style="list-style-type: none"> • Nula planificación de las actividades de turismo de naturaleza • Deficiencias en la promoción del sitio. • Vías de acceso en mal estado • Bajo presupuesto para temas de capacitación a la población en temas turísticos. • Pocas fuentes de empleo. 	<p>DEFICIENTE DESARROLLO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD DE HUASIPAMBA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Insostenibilidad de la actividad turística • Bajo desempeño económico del sector turismo • Deterioro de la biodiversidad y destrucción del paisaje natural. • Migración de la población
<p>↑ INDICADORES</p>		
<ul style="list-style-type: none"> • Según el PDOT de Cañaribamba 2019-2023, alrededor del 3% de la PEA trabaja en servicios de hotelería y alimentación, mientras que el 0,4% lo hace en información y comunicación, especialmente como guías turísticos. • Piedra movedora considerada como 8va maravilla del mundo, Laguna Yaguarcocha y piedras gigantes • Espacios naturales de difícil acceso 		

Entrevista a la Operadora

Objetivo: Entrevistar a la operadora de turismo del sector de Huasipamba para determinar los servicios ofertados

- 1. ¿Existe sitios donde el turista pueda conseguir alimentos preparados?**

- 2. ¿Qué elecciones tiene la operadora para hospedar a los turistas?**

- 3. ¿Qué alternativas de transporte tienen los turistas desde el momento que deciden contratar sus servicios?**

- 4. ¿Existen puntos de seguridad o puntos de apoyo para los turistas en caso de un repentino accidente, robos o cualquier disturbio que afecte el bienestar del cliente?**

- 5. ¿Cuánto dinero en promedio invierte él turista en un programa turístico ofertado por su operadora y que otras alternativas existen?**

ENCUESTA AL CLIENTE

Objetivo: Definir la experiencia del turista, las razones de visitar la comunidad y sus expectativas de gasto para un programa turístico de fin de semana en Huasipamba.

Población: Esta encuesta está dirigida a turistas mayores de edad; que visitan o visitaron los atractivos turísticos de Huasipamba.

Instrucciones: Lea detenidamente cada una de las interrogantes y responda de acuerdo a su criterio, debido a que la información reportada permitirá tomar decisiones con la finalidad de generar un programa de turismo que potencialice el turismo de la comunidad.

C. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL ENCUESTADO

1. Género

- 1. Masculino
- 2. Femenino
- 3. Otro

2. Rango de Edad

- 1. Menor a 20
- 2. De 20 a 30 años
- 3. De 30 a 40 años
- 4. Más de 40 años

Nacionalidad

- 1. Ecuatoriana
- 2. Colombiano
- 3. Peruano
- 4. Otra: _____

D. DATOS DE LA EXPERIENCIA TURÍSTICA EN LA COMUNIDAD

1. Medio de transporte por el cual llego a Huasipamba
 - 1) Vehículo propio
 - 2) Transporte publico
 - 3) Transporte de un programa turístico
 - 4) Otro _____

2. ¿Cómo se enteró de la comunidad de Huasipamba?
 - 1) Internet
 - 2) Televisión
 - 3) Periódico
 - 4) Revistas
 - 5) Otro _____

3. ¿Considera que Huasipamba es un lugar representativo de Azuay?
 - 1) Totalmente en desacuerdo
 - 2) En desacuerdo.
 - 3) Me es indiferente
 - 4) De acuerdo.
 - 5) Totalmente de acuerdo.

4. ¿Cuál es la razón por la que visita Huasipamba?
 - 1) Paisajes
 - 2) Deportes extremos
 - 3) Observación de flora y fauna
 - 4) Diversión
 - 5) Gastronomía
 - 6) Caminatas/senderismo

7) Atractivos turísticos (piedra movedora, etc)

8) Relajación

9) Otro_____

5. ¿Con quién visita Huasipamba?

1) Solo

2) Pareja

3) Amigos

4) Colegio

5) Familia

6) Otro_____

6. ¿Con qué frecuencia visita Huasipamba?

1) Una vez al año

2) Dos veces al año

3) Tres veces al año

4) Cada dos meses

5) Una vez al mes

6) Dos veces al mes

7) Otro_____

7. ¿Cuáles de los siguientes aspectos considera que son un impedimento para visitar Huasipamba?

1) Vía de acceso

2) Transporte

3) Seguridad

4) Ubicación

5) Falta de información

6) Otro _____ -

8. ¿Está conforme o cumplió con sus expectativas al visitar a Huasipamba?

1) Totalmente inconforme

2) Inconforme

3) Me es indiferente

4) Conforme

5) Totalmente conforme

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una **Programa de fin de semana** de turismo de naturaleza en Huasipamba?

1) \$50 - \$100

2) \$100 – \$200

3) \$200 – \$300

4) Mas de \$300