

UCUENCA

Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Carrera de Turismo

Propuesta para la implementación de actividades de turismo de aventura: kayak y senderismo en la Laguna Curiquingue del cantón Nabón, provincia del Azuay

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado/a en Turismo

Autoras:

Lisbeth Andrea Panza Sari

CI: 0106585532

Correo electrónico: lisbeth29.an@gmail.com

Sofía Carolina Segovia Cevallos

CI: 0106459910

Correo electrónico: soficarolina1997@gmail.com

Director:

Dr. Miguel Ángel Galarza Cordero, Mg

CI: 0102343191

Cuenca, Ecuador

21 de noviembre del 2022

Resumen:

El proyecto turístico Laguna Curiqingue se ubica en la parroquia Nabón del cantón Nabón, provincia del Azuay. Este proyecto es manejado por la Comuna Chunazana de manera empírica, lo que ocasiona dificultad en el desarrollo del emprendimiento. Por esta razón, surge la necesidad de diversificar la oferta turística para la laguna con el objetivo de implementar actividades de aventura como kayak y senderismo. Para lograr esto, se realizó un diagnóstico de la situación actual del turismo en el sector mediante el análisis de entrevistas semiestructuradas aplicadas a los actores del proyecto. Posteriormente, se determinaron espacios, rutas y recorridos para estas modalidades de aventura; además, el presupuesto estimado para la implementación y una propuesta de señalización turística. Finalmente, se diseñaron estrategias de operación, comercialización y marketing para las actividades de kayak y senderismo en conjunto con las existentes. En esta virtud, se contribuye al desarrollo del proyecto turístico de la comuna de acuerdo a los recursos que poseen y se apoya al progreso del turismo en áreas rurales.

Palabras clave: Comuna Chunazana, Laguna Curiqingue. Turismo de aventura. Kayak. Senderismo.

Abstract:

The Laguna Curiquingue tourist project is located in the Nabón parish of the Nabón canton, province of Azuay. This project is managed by the Chunazana Commune in an empirical way, which causes difficulty in the development of the enterprise. For this reason, there is a need to diversify the tourist offer for the lagoon with the aim of implementing adventure activities such as kayaking and hiking. To achieve this, a diagnosis of the current situation of tourism in the sector was carried out through the analysis of semi-structured interviews applied to the actors of the project. Subsequently, spaces, routes, and pathways were determined for these adventure modalities; in addition, the estimated budget for the implementation and a proposal for tourist signage. Finally, operation, marketing, and marketing strategies were designed for kayaking and hiking activities in conjunction with existing ones. In this virtue, it contributes to the development of the tourist project of the commune according to the resources they have and supports the progress of tourism in rural areas.

Keywords: Chunazana, Commune, Laguna Curiquingue, Adventure tourism, Kayak, Hiking

Trabajo de Integración Curricular: "Propuesta para la implementación de actividades de turismo de aventura: kayak y senderismo en la Laguna Curiquingue del cantón Nabón, provincia del Azuay"

Autor(es): Panza Sari Lisseth Andrea, Segovia Cevallos Sofía Carolina

Dirección: Dr. Miguel Ángel Galarza Cordero, Mg.

Certificado de Precisión LicTur-267

Yo, Guido E Abad, certifico que soy traductor de español a inglés, designado por la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, que he traducido el presente documento, y que, al mejor de mi conocimiento, habilidad y creencia, esta traducción es una traducción verdadera, precisa y completa del documento original en español que se me proporcionó.



guido.abad@ucuenca.edu.ec

Cuenca, 14 de julio de 2022

Elaborado por: GEAV _____
cc. Archivo Enviado por correo electrónico a director de trabajo de titulación por emergencia sanitaria COVID19.

Índice del Trabajo

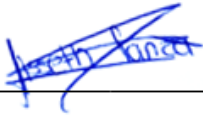
Resumen:	2
Abstract:	3
Agradecimientos	10
Dedicatoria	11
Introducción	13
Capítulo 1. Diagnóstico de la situación actual del turismo en la comuna Chunazana, Nabón.	14
1.1 Generalidades de la comuna.....	14
1.2 Antecedentes en torno al turismo	14
1.3 Mapeo y análisis de actores	15
1.4 Situación actual del turismo en la comuna en torno al proyecto turístico en la Laguna Curiquingue.....	17
1.4.1 Análisis de entrevistas	17
1.4.2 Evidencia fotográfica para el diagnóstico situacional	19
Capítulo 2. Determinación de espacios, rutas y recorridos a utilizar para las actividades de kayak y senderismo en la Laguna Curiquingue	29
2.1 Antecedentes geográficos del territorio	29
2.2 Revisión bibliográfica.....	30
2.2.1 Kayak.....	30
2.2.2 Senderismo.....	32
2.3 Planificación de espacios, rutas y recorridos para senderismo y kayak.....	41
2.3.1 Propuesta de ruta de kayak	41
2.3.2 Propuestas de rutas de senderismo.....	43
2.4 Propuesta de señalización y señalética para las actividades de aventura	48
2.4.1 Revisión bibliográfica	48
2.4.3 Señalización para la actividad de senderismo.....	56
2.5 Presupuesto para la implementación de las actividades de kayak y senderismo....	59
2.5.1 Presupuesto para la actividad de kayak.....	59
2.5.2 Presupuesto para la actividad de senderismo	62
Capítulo 3. Estrategias de operación, comercialización y marketing para las actividades de kayak y senderismo en conjunto con las preexistentes en la Laguna Curiquingue	64
3.1 Estrategias de operación en torno al kayak y senderismo en conjunto con las actividades preexistentes.	64
3.1.1 Revisión bibliográfica	64
3.1.2 Estrategias de operación	65

3.2 Estrategias de comercialización en torno al kayak y senderismo en conjunto con las actividades preexistentes.	73
3.2.1 Revisión bibliográfica	73
3.2.2 Estrategias de comercialización	76
3.3 Estrategias de marketing en torno al kayak y senderismo en conjunto con las actividades preexistentes.	85
3.3.1 Revisión bibliográfica	85
3.3.2 Estrategias de marketing digital	86
Conclusiones	94
Recomendaciones	95
Bibliografía	96
Anexos.....	101

Cláusula de Propiedad Intelectual

Liseth Andrea Panza Sari, autor/a del trabajo de titulación “Propuesta para la implementación de actividades de turismo de aventura: kayak y senderismo en la Laguna Curiquingue del cantón Nabón, provincia del Azuay”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 21 de noviembre del 2022



Liseth Andrea Panza Sari

C.I: 0106585532

Cláusula de Propiedad Intelectual

Sofía Carolina Segovia Cevallos, autor/a del trabajo de titulación “Propuesta para la implementación de actividades de turismo de aventura: kayak y senderismo en la Laguna Curiquingue del cantón Nabón, provincia del Azuay”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 21 de noviembre del 2022



Sofía Carolina Segovia Cevallos

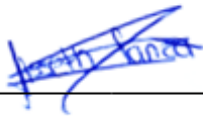
C.I: 0106459910

Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Liseth Andrea Panza Sari en calidad de autor/a y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación “Propuesta para la implementación de actividades de turismo de aventura: kayak y senderismo en la Laguna Curiquingue del cantón Nabón, provincia del Azuay”, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 21 de noviembre del 2022



Liseth Andrea Panza Sari

C.I: 0106585532

Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Sofía Carolina Segovia Cevallos en calidad de autor/a y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Propuesta para la implementación de actividades de turismo de aventura: kayak y senderismo en la Laguna Curiquingue del cantón Nabón, provincia del Azuay", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 21 de noviembre del 2022



Sofía Carolina Segovia Cevallos

C.I: 0106459910

Agradecimientos

En primer lugar, agradecemos a Dios por ser un apoyo absoluto y darnos fortaleza, paciencia y sabiduría para cumplir nuestras metas. A nuestros padres por apoyarnos incondicionalmente y alentarnos a lo largo de nuestra carrera universitaria.

Al Mg. Miguel Ángel Galarza, nuestro tutor, que nos ha enseñado tanto durante toda la carrera y nos ha apoyado en el desarrollo del presente trabajo.

Agradecemos también al señor Alejandro Carchi, presidente del Cabildo de la Comuna Chunazana, al señor Miguel Lalvay, secretario, y a todas las personas de la comuna: Claudio, Magaly y Mayra, quienes desde el primer día que visitamos la laguna nos recibieron con los brazos abiertos y que, durante estos meses de trabajo nos brindaron conocimiento y experiencias, además de mostrarnos la esencia de lo que es el trabajo en comunidad.

Así mismo, tenemos en gran consideración el apoyo del GAD cantonal de Nabón, en especial de los funcionarios del departamento de Turismo, Adrián Aguirre y Belén Matovelle por facilitarnos información esencial para el desarrollo del trabajo.

Finalmente, agradecemos a aquellos docentes de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad que nos enseñaron mucho más que teoría y que, día a día, nos incentivaron a ser mejores seres humanos y a formarnos como profesionales éticos.

Liseth Andrea Panza Sari
Sofía Carolina Segovia Cevallos

Dedicatoria

Quiero dedicar este trabajo a mi familia, abuelos, tíos, primos, quienes siempre me apoyaron incondicionalmente para cumplir este logro. Especialmente a mis padres, Silvia y Ramiro que siempre me alentaron a culminar mi carrera universitaria y me apoyaron desde la distancia con sus sabios consejos.

A mis abuelos Rosa y Juan, y a mi tía Elsa que siempre estuvieron a mi lado animándome a continuar y siendo mi apoyo día tras día con el cuidado y educación de mi hijo.

A Walter, mi pareja, que me brindó su apoyo en estos cinco años de carrera al estar pendiente de mí y mi hijo, por cuidar de nuestra familia y comprender y valorar mi dedicación en la universidad.

A Michael, mi pequeño, que ha sido la fuente de mi inspiración y esfuerzo por salir adelante, que, con sus risas, sus preguntas, sus abrazos y su amor sincero, me acompañó en este largo camino y hoy por fin puedo celebrar junto a él un logro más de los muchos que vienen en su vida y la mía.

A Sofia, mi compañera de tesis, por su gran aporte en este trabajo, por todas las risas, los chismes, el estrés, las malas noches y los buenos momentos que hemos compartido juntas, por hacer de la universidad mucho más llevable.

A mis mascotas, Mushu y Julieta, mis gatitos que han sido un gran apoyo emocional en todos esos días y noches de trabajo.

¡Gracias!

Lisseth Andrea Panza Sari

Dedicatoria

Quiero dedicar este trabajo a todas las personas que me acompañan en esta loca aventura llamada vida...

Primeramente a mis padres, quienes me enseñaron que ningún sueño es imposible de cumplir si me esfuerzo lo suficiente por volverlo realidad. Gracias por escuchar mis sueños y anhelos. Gracias por su paciencia y motivación infinita. Gracias por apoyarme y asegurarme de que soy capaz de hacer todo lo que me proponga.

A mis hermanos que siempre están ahí para mí, que siempre me hacen reír y enojar, pero que sin ellos mi mundo estaría incompleto.

A mis amigas, Diana, Michelle, Sofia y Heather, no saben lo afortunada que soy de contar con personas tan maravillosas como ustedes, espero siempre tenerlas a mi lado.

A mis compañeras de la universidad por soportarme y nunca dejarme sola. Por todas las risas y anécdotas. Espero que esta sea la primera de muchas cosas que alcancemos juntas. Pero en especial a Liss, mi compañera de tesis y amiga, quien me ha enseñado que a pesar de que el camino es difícil la perseverancia y convicción te llevarán siempre lejos. Espero que sigamos compartiendo risas y momentos mientras trabajamos juntas, como siempre.

Sofía Carolina Segovia Cevallos

Introducción

En el cantón Nabón de la Provincia del Azuay, algunas comunidades rurales le han apostado al turismo como oportunidad de desarrollo económico (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Nabón, 2014). La Comuna Chunazana posee el proyecto turístico comunitario en la Laguna Curiquingue desde el año 2016. Aquí se realizan actividades como pesca deportiva, paseos en bote, avistamiento de aves y fotografía.

Las nuevas tendencias del turismo post pandemia abren opciones a destinos rurales y distantes en lugar de los tradicionales y muy visitados (Ministerio de producción, comercio exterior, inversiones y pesca, 2020). Por esta razón, el proyecto turístico en la Laguna Curiquingue tiene oportunidad de desarrollo. Sin embargo, dicho proyecto está en manos de la comuna que carece de conocimientos en turismo. Esta limitante produce un manejo ineficiente de las actividades turísticas como la falta de diversificación. En consecuencia, no existe un factor diferenciador que incite a los turistas a preferir este destino frente a otros similares dentro del Azuay.

Por este motivo, se propone la implementación de actividades de turismo de aventura, senderismo y kayak. Senderismo, como una actividad complementaria para las actividades preexistentes, y kayak, como una actividad innovadora y factor diferenciador, dado que, en la provincia no existe un lugar con el equipamiento necesario in situ para practicarlo. Las actividades que implican deporte son un importante atractivo complementario y diversificador para territorios con una oferta turística tradicional (Medina y Sanchez, 2005).

De esta manera, el presente trabajo de titulación tiene como objetivo principal desarrollar una propuesta para la implementación de las actividades de turismo de aventura: kayak y senderismo en la Laguna Curiquingue.

El trabajo consta de tres capítulos en donde se desarrollan diferentes temas para cumplir el objetivo del trabajo. El capítulo uno contiene un diagnóstico de la situación actual del turismo en la Comuna Chunazana. Con ello, se da paso al capítulo dos donde se determinan los espacios, rutas y recorridos que se utilizarán para las actividades de senderismo y kayak, además del presupuesto necesario para implementarlos y una propuesta de señalización. Finalmente, el capítulo tres se compone de estrategias de operación, comercialización y marketing de las actividades de kayak y senderismo en conjunto con las preexistentes en la laguna Curiquingue.

Capítulo 1. Diagnóstico de la situación actual del turismo en la comuna Chunazana, Nabón.

El presente capítulo contiene información general de la Comuna Chunazana y sus antecedentes en torno al turismo; presenta un mapeo y análisis de actores y un diagnóstico situacional del proyecto turístico de la comuna en la Laguna Curiquingue. El diagnóstico se compone de dos secciones. La primera sección consiste en el análisis de las entrevistas dirigidas a los actores previamente identificados. En la segunda sección, se muestra un diagnóstico observacional en el área de estudio a través de un registro fotográfico para la presentación de resultados.

1.1 Generalidades de la comuna

La Comuna Chunazana está localizada en la parroquia Nabón, del cantón Nabón, provincia del Azuay, pertenece al pueblo Kañari y está conformada por núcleos familiares (Comuna de Chunazana, 2008).

Chunazana se estableció como jurídica en 1944 y se rige por los derechos colectivos de los pueblos indígenas y las disposiciones especificadas en los artículos 83, 84 y 191 de la Constitución de la República del Ecuador (Comuna Chunazana, 2008).

Además, la comuna posee un estatuto propio aprobado en el año 2008 por la asamblea general de Chunazana y por el Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos Indígenas del Ecuador (CODENPE) ahora Secretaría en la Gestión y Desarrollo de Pueblos y Nacionalidades (Comuna Chunazana, 2008). En este estatuto se detalla el territorio, patrimonio, deberes, derechos, administración, mediación, fines y objetivos de la comuna (Comuna Chunazana, 2008).

La comuna plantea 15 objetivos descritos en su estatuto de formación, entre ellos destacan la organización, fortalecimiento e impulso en diferentes temas como: la identidad, educación, economía, medio ambiente, territorio y turismo; así como, la formación y mantenimiento de alianzas positivas para su desarrollo (Comuna Chunazana, 2008).

De esta manera, la Comuna de Chunazana se constituye con personería jurídica y tiene potestad dentro de su propio territorio para desarrollar diversas actividades económicas, entre ellas el turismo, en beneficio de sus integrantes.

1.2 Antecedentes en torno al turismo

La actividad turística de la Comuna Chunazana se concentra en el atractivo turístico Laguna Curiquingue. La laguna se ubica en la zona de La Ramada, dentro del

territorio de la comuna, por lo tanto, es administrada por su cabildo. Esta laguna es producto de un represamiento natural ocurrido hace 14 años, a raíz de ello, los comuneros vieron una oportunidad para incursionar en el turismo (Ministerio de Transporte y Obras Públicas, 2021).

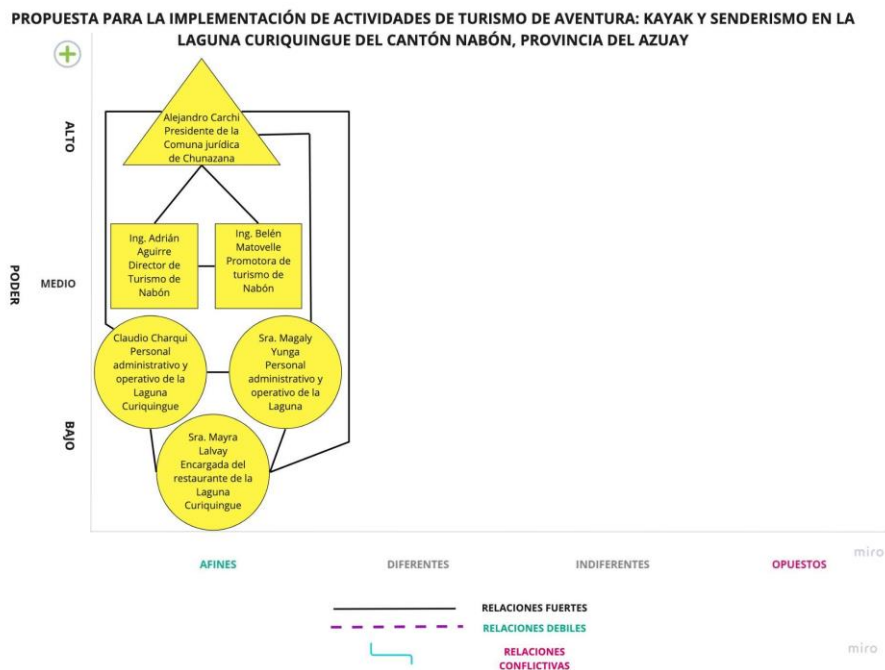
Desde el año 2016, la comuna inició con un proyecto turístico para dinamizar la economía del sector promocionando su gastronomía y la Laguna Curiquingue (Castillo, 2019). En este sitio se realizan actividades turísticas como: paseos en bote, pesca deportiva, visita a la cascada, camping, senderismo y otras actividades que permiten disfrutar del entorno natural. El proyecto turístico mejora los ingresos de la comuna, fortalece la cultura y fomenta el turismo (Castillo, 2019). Las ganancias obtenidas en la laguna se invierten en el mejoramiento de la infraestructura y la remuneración del personal que labora en el sitio (Castillo, 2019).

1.3 Mapeo y análisis de actores

Para obtener un diagnóstico acertado, es necesario conocer a los actores que intervienen dentro del proyecto. Por lo tanto, se realizó la siguiente matriz de mapeo de actores con el fin de determinar qué grado de poder e influencia tienen en el proyecto. Con la elaboración de la matriz mencionada se obtuvieron los siguientes resultados:

Figura 1

Mapeo de actores en torno al proyecto turístico de la Laguna Curiquingue.



Nota. Elaboración propia mediante Miro.

En esta figura se aprecia que en el proyecto turístico existen solamente actores afines con distintos grados de poder. Entre ellos, y con el grado de poder más alto, se encuentra Alejandro Carchi que tiene gran influencia sobre el proyecto, porque es el presidente del cabildo de la comuna. Por lo tanto, es fundamental conocer su percepción sobre la situación actual del proyecto.

En el grado de poder medio se encuentran dos actores muy importantes para establecer un diagnóstico adecuado, estos son: el director de turismo (Ing. Adrián Aguilar) y la promotora de turismo (Ing. Belén Matovelle) del cantón Nabón. Estos actores cuentan con datos e información valiosa sobre el desarrollo que ha tenido la comuna en torno al turismo y su incidencia dentro del sector turístico del cantón en general.

Por su parte, los actores afines con un poder bajo son Claudio Charqui y Magaly Yunga, que forman parte del personal administrativo y operativo de la laguna, y Mayra Lalvay, administradora del restaurante existente en el sitio. Estos actores cuentan con información de primera mano respecto a la administración y operación del atractivo, además de los servicios que se ofertan como actividades y alimentación.

Finalmente, no se identificaron actores diferentes, indiferentes u opuestos dentro del mapeo, debido a que no aportarían con información provechosa para establecer el diagnóstico.

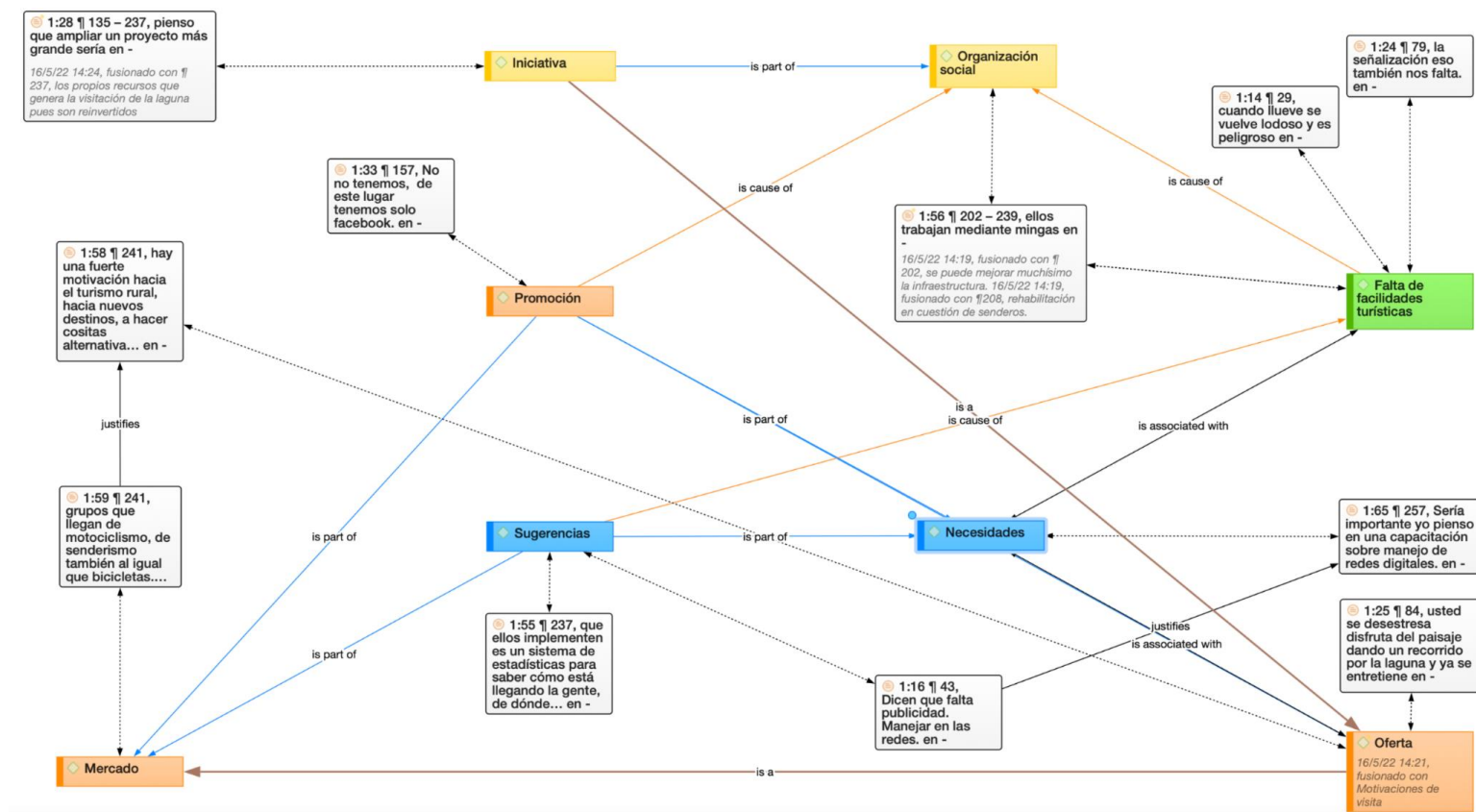
1.4 Situación actual del turismo en la comuna en torno al proyecto turístico en la Laguna Curiquingue

De acuerdo a las entrevistas realizadas a los actores antes identificados se plantea el siguiente diagnóstico

1.4.1 Análisis de entrevistas

Figura 2

Red semántica elaborada de acuerdo al análisis hermenéutico de las entrevistas



Nota. Elaboración propia mediante Atlas.ti 22.1.0.

De acuerdo a la Figura 2 y mediante el análisis hermenéutico e interpretación de la información obtenida de las entrevistas aplicadas se expone lo siguiente:

En el proyecto turístico en la Laguna Curiquingue existen diferentes factores que se han identificado y que tienen incidencia en el proyecto en la actualidad. Para estos factores se han determinado diferentes colores, con el fin de facilitar la comprensión del lector.

De este modo, la Laguna Curiquingue cuenta con un mercado, oferta y promoción, identificados con el color anaranjado. El mercado interesado en visitar la laguna incluye a familias, extranjeros y grupos de ciclistas, senderistas, motociclistas, andinistas, entre otros, interesados en el paisaje natural. La oferta consta de diferentes actividades que permiten disfrutar de las características físicas del lugar como pesca deportiva, paseos en bote y lancha, camping, senderismo y visita a las cascadas.

Además, la laguna cuenta con una ubicación estratégica al encontrarse en la carretera Panamericana E35, que es la vía de conexión entre las provincias de Azuay y Loja. Esta característica, además de facilitar la llegada de turistas, contribuye a la autopromoción del atractivo, puesto que los comuneros colocaron un cartel al ingreso de la vía que lleva al sitio. Otro medio de promoción son las redes sociales, sin embargo, la Laguna Curiquingue cuenta solamente con una página de Facebook llamada Laguna Curiquingue “oficial”.

A raíz de los factores de promoción, mercado y oferta, surgen las necesidades y sugerencias, identificados con el color azul. Los diferentes grupos de entrevistados están de acuerdo que el proyecto tiene ciertas falencias y puede mejorar. Una de las sugerencias es implementar un sistema de estadísticas para definir el mercado, afluencia, temporalidad y otros datos que permitirían la creación de una oferta ideal acorde a la demanda. También, se sugiere el mejoramiento y rehabilitación de la infraestructura y los senderos. Por su parte, las necesidades identificadas son la falta de capacitación del personal en temas como el manejo de redes sociales y servicio al cliente.

Todo esto tiene relación con el factor de falta de facilidades turísticas, identificado con el color verde. Este factor es un aspecto común en cuanto a las debilidades que se mencionaron en las entrevistas, aquí se destaca la señalización y la condición de los senderos.

Finalmente, se observan los factores de iniciativa y organización social, con un color amarillo. Estos factores aluden directamente a la estructura actual de la comuna respecto al proyecto. Aquí se destacan aspectos como la iniciativa de los comuneros a seguir trabajando en el proyecto y mejorarlo en ámbitos de infraestructura,

actividades y servicios. Para ello, los comuneros trabajan mediante mingas en la parte física del territorio de la laguna como en la rehabilitación de senderos, limpieza, entre otros. También, cuentan con los recursos económicos que genera la oferta de la propia laguna, los cuales son reinvertidos en infraestructura.

1.4.2 Evidencia fotográfica para el diagnóstico situacional

El diagnóstico situacional a través de la observación se apoya en el material fotográfico obtenido en diferentes visitas de campo al área de estudio. Acorde a este material se evidencia lo siguiente:

La Laguna Curiqingue tiene un refugio (Figura 3) que cuenta con una chimenea y sillas a disposición de los visitantes para descansar y protegerse de las condiciones climáticas de la zona, cuenta con servicios higiénicos debidamente equipados para mujeres y hombres (Figura 4).

Figura 3

Refugio



Nota. Fuente: propia.

Figura 4

Servicios higiénicos



Nota. Fuente: propia.

También, dentro de las instalaciones se encuentra una cabaña donde funciona el restaurante del lugar (Figura 5). Este espacio es arrendado por personas de la comuna para expender alimentos y bebidas. El restaurante ofrece platos como: tortillas de maíz, choclo y trigo, empanadas de verde, caldo de gallina criolla, pollo asado, trucha frita, morocho, agua de tipo, entre otros.

Figura 5

Restaurante



Nota. Fuente: propia.

En la actualidad, la comuna está construyendo un nuevo restaurante (Figura 6) donde existirán tres espacios a arrendar. Esta acción permitirá incrementar la oferta de restauración, además de crear fuentes de empleo e ingresos para la comuna.

Figura 6

Nuevo restaurante en construcción



Nota. Fuente: propia.

Adicional a ello, la comuna tiene una boletería (Figura 7) donde los turistas adquieren el boleto de ingreso que cuesta un dólar por persona. Los niños menores

de 12 años, adultos mayores y personas con discapacidad tienen acceso gratuito a la laguna.

Figura 7

Boletería



Nota. Fuente: propia.

El atractivo cuenta con 4 parqueaderos (Figura 8 y 9) a disposición de los visitantes. Los parqueaderos tienen una capacidad para 53 carros aproximadamente. La división de espacios para cada vehículo no está definida y su valor está incluido en el costo de entrada.

Figura 8

Parqueadero cercano al muelle



Nota. Fuente: propia.

Figura 9

Parqueadero



Nota. Fuente: propia.

Cabe mencionar que ninguna de las instalaciones mencionadas tiene servicio de luz eléctrica, debido a que no cuentan con este servicio en esta parte del territorio.

Dentro de las instalaciones existe un muelle (Figura 10) ubicado a orillas de la laguna donde se amarran los botes.

Figura 10

Muelle



Nota. Fuente: propia.

Desde el muelle se realizan actividades como paseos en lancha (Figura 11) y bote, que tienen un precio de \$2,50 y \$1,50 por persona respectivamente. Para estas actividades se cuentan con dos botes, cuatro remos y una lancha a motor (Figura 12). Para el paseo en bote se permite un máximo de cinco personas por bote y para el paseo en lancha un máximo de 20 personas. Como parte de los equipos de seguridad, la comuna tiene 20 chalecos salvavidas para adultos, no cuentan con chalecos para niños.

Figura 11

Paseo en lancha



Figura 12

Una lancha a motor y dos botes



Nota. Fuente: propia.

Nota. Fuente: propia.

Para la actividad de pesca deportiva (Figura 13), el turista debe traer sus propios implementos de pesca y tiene a su disposición toda el área de la laguna para practicar este deporte. Esta actividad está incluida en el costo de ingreso.

Figura 13

Pesca deportiva



Nota. Fuente: propia.

En cuanto a la actividad de camping (Figura 14), el turista debe cancelar \$5 por un grupo de máximo 15 personas. Las zonas de camping no están definidas. Por esta razón, los turistas acampan en diferentes áreas como el parqueadero, la isla dentro de la laguna, cerca del muelle o de la cascada.

Figura 14

Camping



Nota. Fuente: propia.

Para la actividad de senderismo (Figura 15) existen dos senderos que fueron construidos por la comunidad mediante mingas, por ello, estos no cuentan con los aspectos técnicos necesarios para garantizar su durabilidad y la seguridad del usuario.

Figura 15

Senderismo



Nota. Fuente: propia.

El sendero más utilizado por los turistas conduce a la cascada Curiquingue, recorrerlo toma alrededor de 35 minutos. (Figura 16). Sin embargo, debido a las condiciones climáticas del lugar y la extensión del sendero, en caso de lluvias los

turistas no tienen donde refugiarse por lo que recomiendan implementar infraestructura para protegerse.

Figura 16

Senderismo



Nota. Fuente: propia.

Además, las condiciones físicas de este sendero se han deteriorado con el tiempo a causa de las condiciones climáticas y las vertientes de agua que existen en la zona provocando el desgaste del suelo y formando charcos de agua y lodo que dificultan el paso de los turistas.

Figura 17

Degradación del sendero a causa de las vertientes existentes



Nota. Fuente: propia.

El segundo sendero (Figura 18) conduce hasta la vía que llega a la laguna desde Girón. Este sendero tiene una extensión de 1.6 kilómetros y toma alrededor de una hora recorrerlo. El estado del sendero se ha deteriorado a causa de las vertientes de agua que existen en la zona, lo que imposibilita recorrerlo en su totalidad.

Figura 18

Segundo sendero



Nota. Fuente: propia.

Así mismo, se evidenció la falta de basureros a lo largo de los dos senderos. Usualmente, los turistas llevan comida o bebidas en recipientes descartables que consumen y desechan durante el recorrido (Figura 19). Esto no solo contamina el suelo y la flora del territorio sino también la laguna, causando que el turista se lleve una mala imagen del lugar.

Figura 19

Basura desechada en los senderos



Nota. Fuente: propia.

Con respecto al transporte para llegar a la laguna desde la vía principal y viceversa existe el servicio de taxis de la cooperativa “Panamericana Sur S.A”. Los comuneros han colocado un cartel con los números de celular de la cooperativa en la parte lateral de la montaña cercana al refugio (Figura 20) para facilitar el traslado de los turistas. No obstante, se considera que el cartel causa contaminación visual y se debería colocar en otro lugar.

Por otro lado, en el mismo espacio se observa el desgaste de la montaña a causa del daño que han provocado los turistas al escribir en ella, ante esto el personal de la laguna debería fomentar actitudes de respeto hacia el paisaje del lugar y promover buenas prácticas de visita.

Figura 20

Cartel del servicio de taxis y desgaste de la montaña



Nota. Fuente: propia.

De esta manera, tanto el análisis de entrevistas como el diagnóstico observacional muestran que el proyecto turístico de la Laguna Curiquingue cuenta con infraestructura, servicios y actividades que atraen y atienden las necesidades de los turistas. Sin embargo, se evidencia la falta de organización y conocimiento relacionado al manejo y gestión de proyectos turísticos. El proyecto podría mejorar, para ello, se deben considerar aspectos económicos como la correcta reinversión de recursos y ambientales como la contaminación ambiental, visual y auditiva que, a largo plazo, podrían afectar severamente al atractivo.

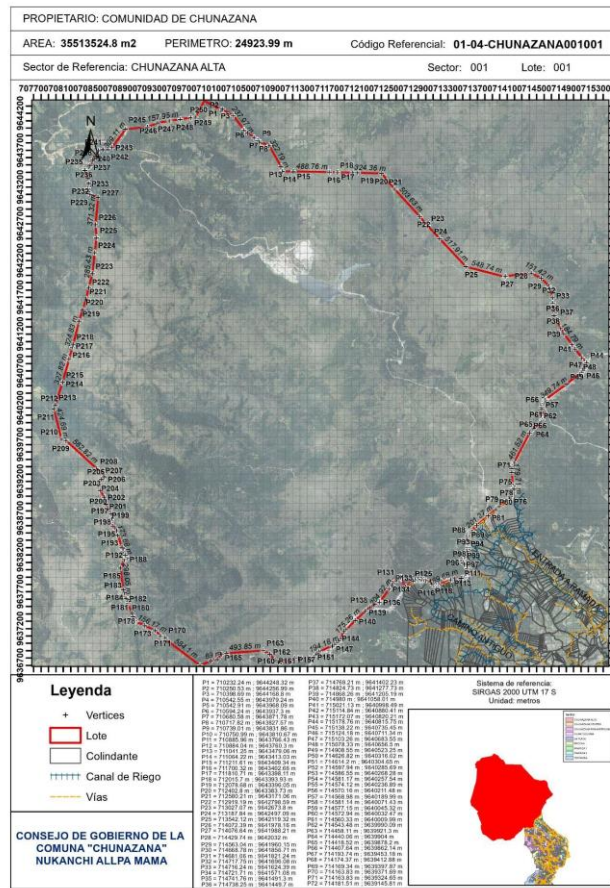
Capítulo 2. Determinación de espacios, rutas y recorridos a utilizar para las actividades de kayak y senderismo en la Laguna Curiquingue

2.1 Antecedentes geográficos del territorio

La Laguna Curiquingue está ubicada a 6 km de la vía Cuenca – Loja, sector La Ramada, en el territorio de la Comuna Chunazana en el cantón Nabón (Figura 21) (Gobierno Autónomo Descentralizado de Nabón, 2014). La Laguna fue nombrada así en honor al ave Curiquingue que habita en la zona (Aguirre, 2018).

Figura 21

Plano del territorio de la comuna donde se encuentra la Laguna Curiquingue



Nota. Fuente: Consejo de Gobierno de la Comuna Chunazana Nukanchi Allpa Mama, s.f.

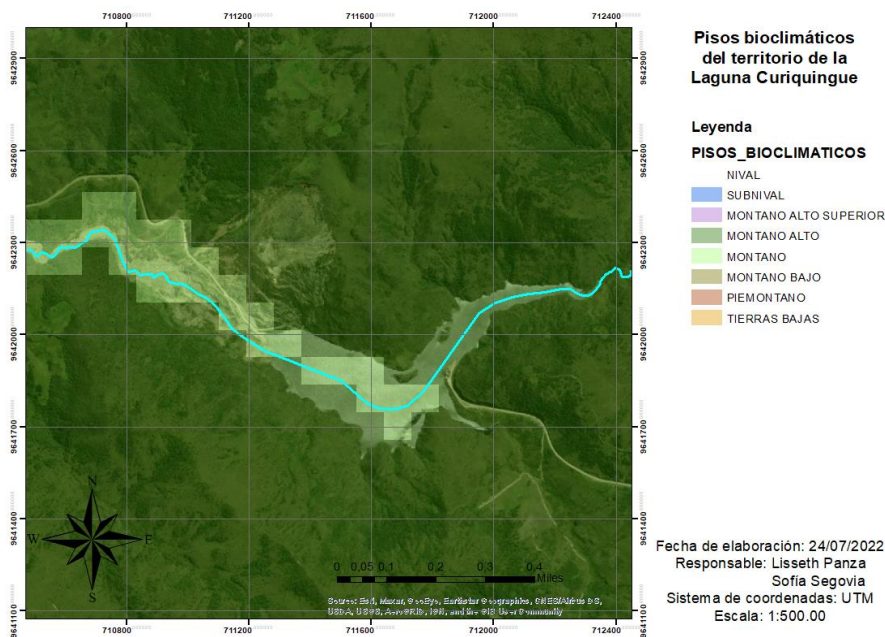
La laguna se originó en el año 2008, a causa de un macro deslizamiento de 5'000.000 m³ de arena que cayeron sobre un tramo del río Curiquingue, obstruyendo indefinidamente el kilómetro cinco de la vía La Ramada-Girón que atravesaba el territorio en donde ahora se encuentra el cuerpo de agua que contiene dos islotes cubiertos por vegetación (Malo y Reyes, 2016).

La Laguna Curiquingue posee un clima frío y una temperatura promedio de 16°C y se encuentra a 3042 msnm (Aguirre, 2018). La laguna tiene 3.335,72 m² de superficie, 742.85 m de longitud, 582.02 m de ancho y una profundidad media de 9.94 m y máxima de 30 m (Zárate et al., 2014).

En el territorio de la laguna predomina el clima ecuatorial mesotérmico semi-húmedo, característico de los Andes (Malo y Reyes, 2016). Además, los pisos bioclimáticos que priman en el territorio son el montano y el montano alto.

Figura 22

Mapa de pisos bioclimáticos del territorio de la comuna donde se encuentra la Laguna Curiquingue



Nota. Elaboración propia mediante ArcMap 10.3.

2.2 Revisión bibliográfica

2.2.1 Kayak

2.2.1.1 Concepto

El kayak es una actividad para todo tipo de público que implica remar en un bote maniobrable en una variedad de entornos acuáticos con múltiples propósitos como recreación, exploración, competencia, educación, turismo al aire, entre otros (Hudson y Beedie, 2006). La técnica de kayak es un movimiento cíclico compuesto por golpes alternos de izquierda y derecha (Gomes et al., 2020). El kayak recreativo ocupa un lugar bastante bueno en términos de turismo y brinda muchas oportunidades para aquellos que desean relajarse y hacer deporte (Béki, 2018). En

este sentido, el kayak es un deporte acuático de turismo de aventura que se realiza con fines recreativos, deportivos y educativos, apto para todo público.

2.2.1.2 Kayak de mar/ lacustre

El kayak de mar y el kayak lacustre son modalidades turísticas de aventura reconocidas dentro del Reglamento de Operación Turística de Aventura (Ministerio de Turismo, 2020). Esta actividad comprende el uso de un kayak para navegar en lagos, lagunas o mares llevado por la corriente del agua con apoyo de los remos manejados por los navegantes (Ministerio de Turismo, 2020). El practicar kayak puede requerir de la ayuda de un guía dependiendo de la dificultad técnica de la actividad, se recomienda un máximo de 8 personas por dos guías (Ministerio de Turismo, 2020).

Para la práctica de kayak de mar/lacustre se debe considerar una edad mínima basada en: capacidad técnica, condiciones climáticas, altitud, grado de dificultad y experiencia del turista (Ministerio de Turismo, 2020). Por ello, para cada tipo de kayak hay una edad mínima recomendada: kayaks sencillos, ocho años de edad; kayaks dobles, 5 años, con la supervisión de un adulto, y para kayaks triples no se sugiere un rango mínimo de edad debido a que el menor puede participar de la actividad sin remar (Ministerio de Turismo, 2020).

2.2.1.3 Equipamiento

Para realizar la actividad de kayak es necesario contar con equipamiento específico. Según el Ministerio de Turismo del Ecuador (2019), se debería contar con:

- Casco para kayak
- Remo
- Silbato
- Kayak de mar o lacustre
- chaleco de flotación
- Falda o faldón
- Traje de neopreno
- Cuchillo para cuerda
- Chaqueta impermeable
- Cuerda de rescate
- Short
- Zapatos de neopreno

Sin embargo, los implementos necesarios podrían variar de acuerdo al lugar donde se practique el deporte. Se considera que del equipamiento antes mencionado, los cinco primeros elementos son imprescindibles para realizar kayak de manera segura.

2.2.2 Senderismo

2.2.2.1 Concepto

El senderismo es una actividad que se practica al aire libre, consiste en caminatas cortas o largas en paisajes naturales y culturales, y a menudo en zonas rurales (Nordbø et al., 2014). Esta actividad se realiza con el propósito de recorrer un sitio, con o sin pernoctación, y que, dependiendo de las características meteorológicas y geográficas, puede demandar el uso de equipos especiales (Ministerio de Turismo, 2020).

El senderismo es una importante actividad dentro de la recreación y el ocio que además fomenta el desarrollo de un determinado territorio (Oliveira et al., 2015). De esta manera, se puede considerar al senderismo como una actividad de deporte de aventura que implica caminatas en áreas verdes y donde existan senderos, además, no se requiere de una edad mínima para practicar el deporte.

2.2.2.2 Tipos de senderos

Según el Ministerio de Turismo (2020) existe gran variedad de senderos, sin embargo, para su mejor comprensión se los ha dividido en tres tipos, estos son:

Senderos interpretativos

Los senderos interpretativos son un instrumento educativo cuyo propósito fundamental es educar sobre la biodiversidad (...) permitiendo la interacción directa de los turistas con los valores sobre los que se quiere dar un mensaje (Phillips et al., 2012).

Estos senderos no tienen gran extensión, generalmente se ubican junto a las áreas para acampar o refugios para visitantes (Ministerio de Turismo, 2020). Estos pueden ser autoguiados si cuentan con carteles informativos o folletos, o requerir de un guía para la explicación verbal del recorrido (Ministerio de Turismo, 2020). Por ende, este tipo de senderos son muy utilizados en la actividad turística, debido a su facilidad de acceso para los visitantes.

Senderos para excursión

Los senderos para excursión son extensos y permiten a las personas visitar lugares de difícil acceso que cuentan con un valor escénico o ecológico especial (Ministerio de Turismo, 2020). Su planificación y manejo debe ser minucioso para evitar accidentes y efectos negativos en el territorio (Ministerio de Turismo, 2020). Así, los senderos de excursión pueden utilizarse para la actividad turística, pero presentan cierto grado de dificultad, esto delimita el mercado objetivo, sin embargo, son una

gran opción para aquellos que buscan experiencias en la naturaleza más aventuradas y duraderas.

Senderos de acceso restringido

Este tipo de senderos en su mayoría funcionan para el seguimiento y observación en un área protegida (Ministerio de Turismo, 2020). Sin embargo, también los turistas o visitantes con intereses puntuales pueden utilizar estos senderos siempre que estén acompañados de un guía (Ministerio de Turismo, 2020). En este caso, este tipo de senderos no se aplicarían como opción a realizar en el territorio de la Laguna Curiquingue, porque no cumple con las características para implementarse en el lugar.

2.2.2.3 Equipo

De acuerdo al Ministerio de Turismo (2020) para practicar el deporte el senderista necesita de los siguientes implementos:

- Ropa y calzado adecuados de acuerdo a las condiciones del territorio. Por ejemplo, el turista debe usar zapatos resistentes al agua como botas de caucho para el páramo y la selva.
- Linterna en caso de que la actividad se extienda o se practique en la noche.
- Bastón (opcional).

2.2.2.4 Planificación

La planificación de senderos permite la organización del área o territorio donde se planea implementar senderismo, además, minimiza su costo de mantenimiento, implementación e impactos ambientales (Ministerio de Turismo, 2020). De manera que, se sugiere no implementar senderos a orillas de cuerpos o corrientes de agua, debido a que la posibilidad de pérdida o degradación de los caminos aumenta (Ministerio de Turismo, 2020). Sin embargo, la Laguna Curiquingue ya cuenta con dos senderos que están junto a la laguna y al río Curiquingue respectivamente; por lo tanto, se debe crear un plan de rehabilitación y mantenimiento continuo para evitar su degradación.

Para la creación de senderos es importante identificar zonas sensibles y de conservación, para establecer estrategias de protección como zonas de amortiguamiento o de acceso restringido y evitar impactos negativos a la flora y fauna del sitio (Ministerio de Turismo, 2020).

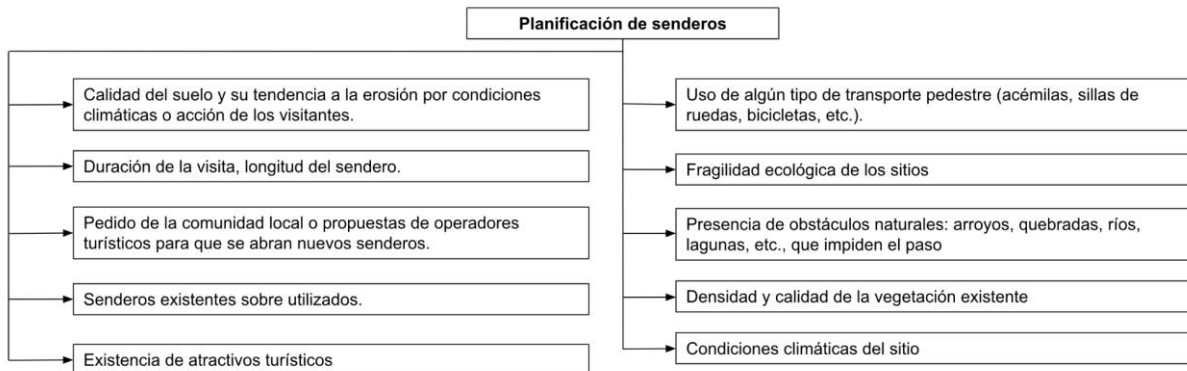
El sendero debe tener un fin establecido, es decir, se debe definir con qué objetivo se construye, basado en la demanda o necesidades del turista; también, debe planificarse con una visión hacia el futuro, y de esta manera complementar y facilitar

el acceso a actividades o infraestructura que se pretendan implementar en el futuro (Ministerio de Turismo, 2020).

Además, de acuerdo al Ministerio de Turismo (2020) para implementar un sendero de manera acertada se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos técnicos:

Figura 23

Aspectos para la planificación de senderos



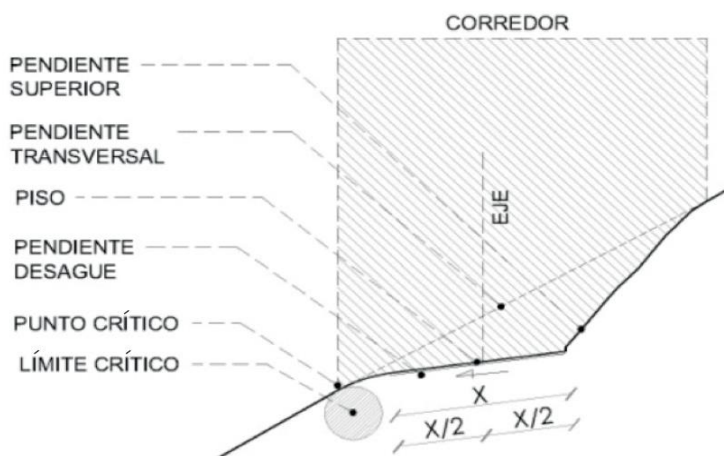
Nota. Fuente: Ministerio de Turismo, 2020. Elaboración propia.

2.2.2.5 Estructura del sendero

Una vez definido los tipos, equipo y planificación del sendero se debe tomar en cuenta los materiales a usar para su construcción y su estructura como: ancho, forma, longitud y pendiente. (Ministerio de Turismo, 2020)

Figura 24

Estructura de un sendero



Nota. Fuente: Ministerio de Turismo, 2020.

De este modo, de acuerdo al Ministerio de Turismo (2020) se describen los siguientes componentes que conforman la estructura de un sendero.

Tabla 1

Estructura del sendero

Nombre	Descripción
Piso	Área por donde se camina, puede ser natural o intervenida con elementos endurecedores como piedra, adoquín o asfalto.
Corredor	Zona ubicada a los lados y encima del sendero.
Pendiente transversal	Inclinación natural de un terreno por donde cruza el sendero.
Pendiente superior	Corte sobre la inclinación natural del terreno para la construcción del sendero, su forma debe ser apropiada para mantener su forma.
Límite crítico	Se ubica en la parte baja del piso desbrozado, se debe mantener de manera adecuada para evitar la erosión del sendero a causa del agua.
Eje central	Eje central del terreno.
Pendiente de desagüe	Permite el flujo del agua debido a su pendiente de 5 a 10%, este varía dependiendo del ancho del sendero.
Vereda del sendero	Comprende el sendero, la zona de amortiguamiento y el corredor.

Nota. Fuente: Ministerio de Turismo, 2020. Elaboración propia.

En cuanto a la longitud del sendero, se recomienda que seguir los siguientes lineamientos para definir su forma:

Tabla 2

Lineamientos técnicos del sendero

Usuario	Ancho/Piso	Altura Corredor	Ancho Corredor	Pendiente	Pendiente Desagüe
Peatón	60 a 95 cm	2,5 m	1,2 a 1,5 m	Max 20%	2 al 4%

Nota. Fuente: Lechner, 2004. Elaboración propia.

2.2.2.6 Detalles de la construcción

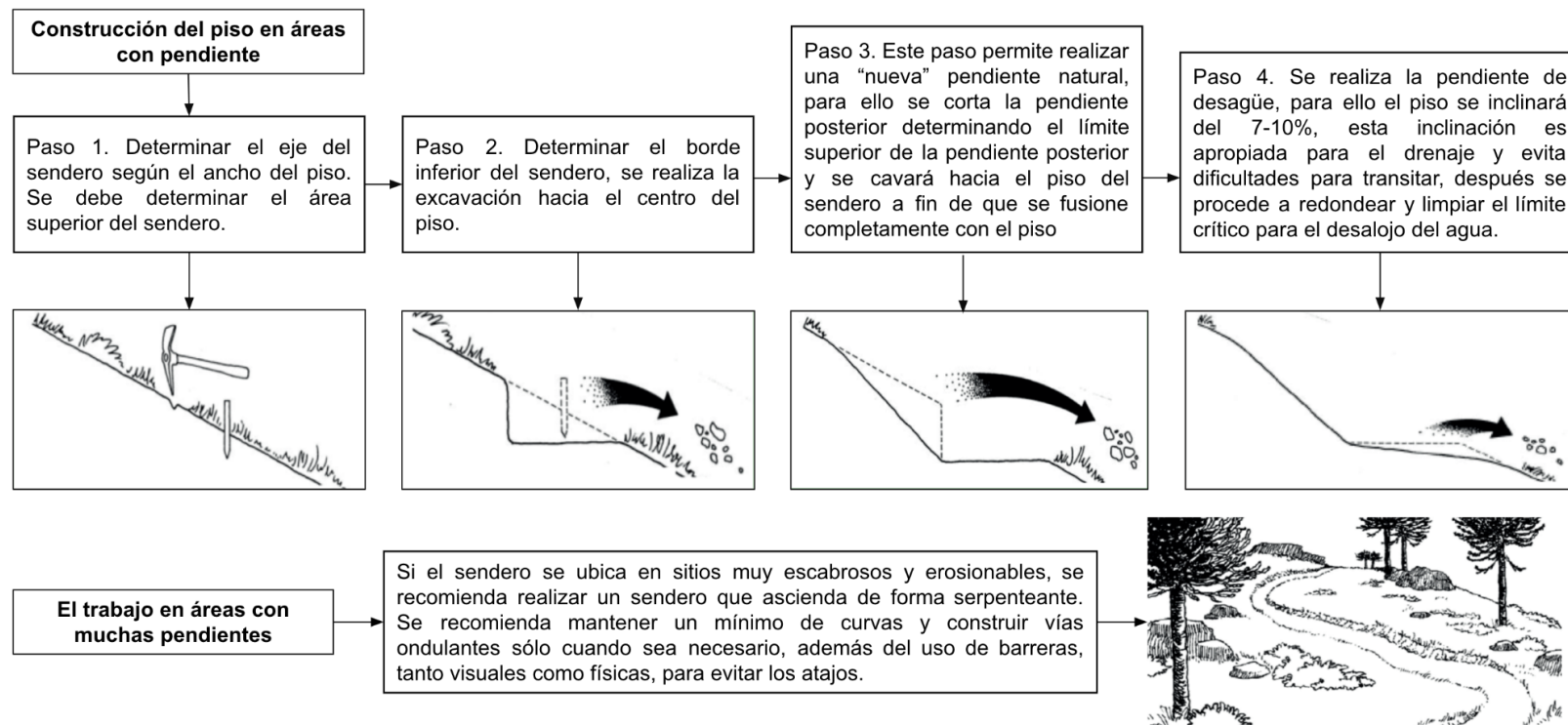
a) Desbroce de la maleza

El sendero debe estar libre de obstrucciones para evitar que los turistas se salgan del corredor y dañen la vegetación aledaña (Ministerio de Turismo, 2020). Al momento de la construcción del sendero, se debe cortar la vegetación como ramas de árbol, plantas pequeñas y arbustos, a un nivel bajo debido a que crecen con rapidez (Ministerio de Turismo, 2020). Además, si hay un árbol que obstruye el sendero se debe considerar si es mejor realizar un desvío o cortarlo de raíz, es decir, si es necesario cortar más del 40% del árbol es mejor talarlo (Ministerio de Turismo, 2020).

b) Construcción y trabajo de senderos en terrenos con pendiente

Figura 25

Pasos para la construcción del piso de un sendero en áreas con pendiente

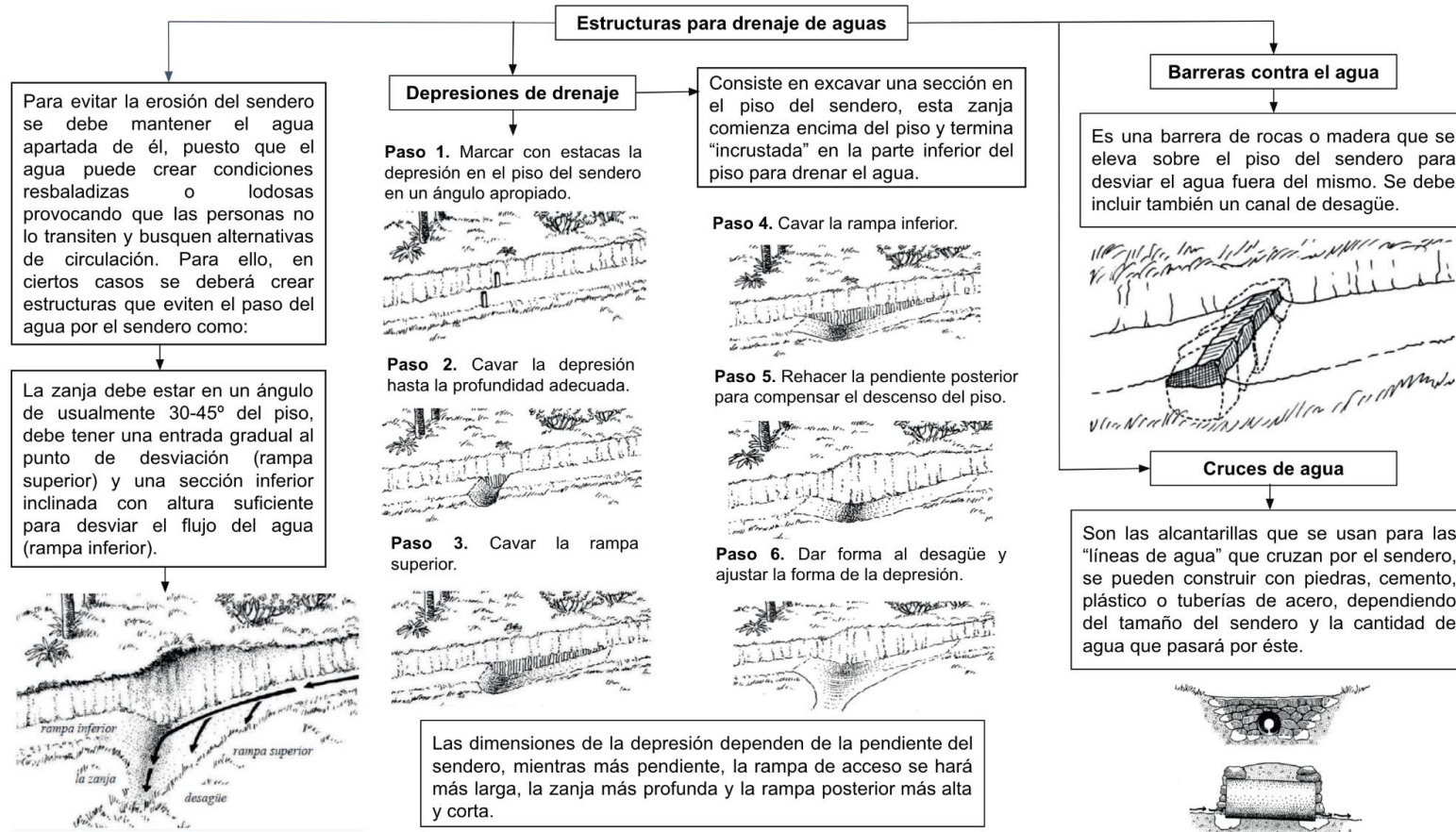


Nota. Fuente: Lechner, 2004. Elaboración propia.

c) Estructuras para drenajes de aguas

Figura 26

Estructuras para drenaje de aguas



Nota. Fuente: Lechner, 2004. Elaboración propia.

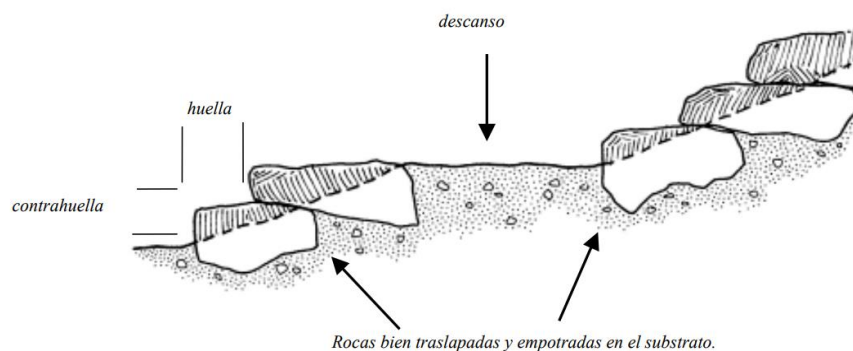
d) Delimitación

La delimitación se realiza con piedras, madera o troncos los cuales deben colocarse de manera que no obstruyan el flujo natural del agua para evitar la formación de charcos (Ministerio de Turismo, 2020).

e) Escaleras y descansos

Figura 27

Escalón construido con piedra



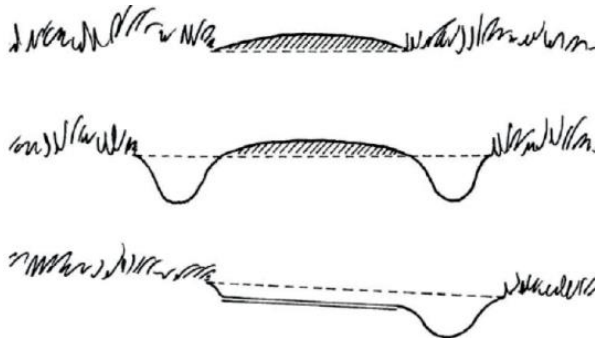
Nota. Fuente: Lechner, 2004.

Las escaleras y descansos se realizan en terrenos con pendiente alta. Para crear un escalón cómodo la diferencia entre la huella (horizontal) y la contrahuella (parte vertical) debe ser de 12 centímetros (Ministerio de Turismo, 2020). Se recomienda el uso de piedra para la construcción de escaleras y descansos debido a su resistencia al agua, para ello, se debe enterrar al menos dos tercios de la piedra en el suelo, colocando una sobre otra sin cubrir más de dos tercios de la piedra inferior (Ministerio de Turismo, 2020).

f) Senderos planos

Figura 28

Sendero para suelo plano



Nota. Fuente: Lechner, 2004.

En un sendero de pendiente suave existe drenaje limitado, en consecuencia, se vuelve lodoso fácilmente (Ministerio de Turismo, 2020). Por lo tanto, se debe construir un drenaje contiguo al suelo y la zanja debe ser redondeada para prevenir que la pared que se conecta con la zanja se desplome por la erosión (Ministerio de Turismo, 2020).

2.2.2.7 Puentes y cruces de agua

La construcción e implementación de puentes depende de las características de la zona, el mercado objetivo y los medios disponibles. Además, siempre es necesario realizar un estudio técnico del lugar y definir el ancho y capacidad de carga del puente con el fin de brindar seguridad a quienes hagan uso de este (Lechner, 2004).

Para iniciar la construcción de un puente, es importante entender el régimen hidrológico de la corriente del río y considerar si es vulnerable a inundaciones; tampoco se deben colocar las bases del puente muy cercanos a la orilla del cuerpo de agua debido a que, a causa de la erosión de las orillas, se pueden dañar las bases del puente (Lechner, 2004). Se recomienda construir los descansos y cimientos del puente con troncos sin corteza o piedras grandes para que soporten un peso considerable y la fuerza de la corriente del agua (Lechner, 2004). Una vez implementado el puente, se debe realizar una inspección a su estructura al menos 2 veces al año (Lechner, 2004).

En el caso de la Laguna Curiquingue, se recomienda implementar puentes de tablas (Figura 29) debido a sus características para la seguridad de los usuarios y para armonizar el ambiente con los puentes ya existentes en el área.

Figura 29

Ejemplo de puente de tabla



Nota. Fuente: Lechner, 2004.

2.3 Planificación de espacios, rutas y recorridos para senderismo y kayak

Una vez comprendida la información teórica que se debe considerar previo a implementar la presente propuesta de senderismo y kayak, se procede a la planificación de las rutas y recorridos para estas actividades en el sitio de estudio, Laguna Curiquingue.

2.3.1 Propuesta de ruta de kayak

La propuesta de ruta para kayak fue realizada mediante una visita de campo y el uso de la aplicación Relieve para determinar y graficar el recorrido con sus respectivas estadísticas de longitud, tiempo estimado de recorrido y ascenso. Es importante definir una ruta para la actividad para respetar el tiempo de uso y evitar accidentes, debido a que, en la laguna se realizan otras actividades como paseos en lancha y bote.

2.3.1.1 Ruta de kayak

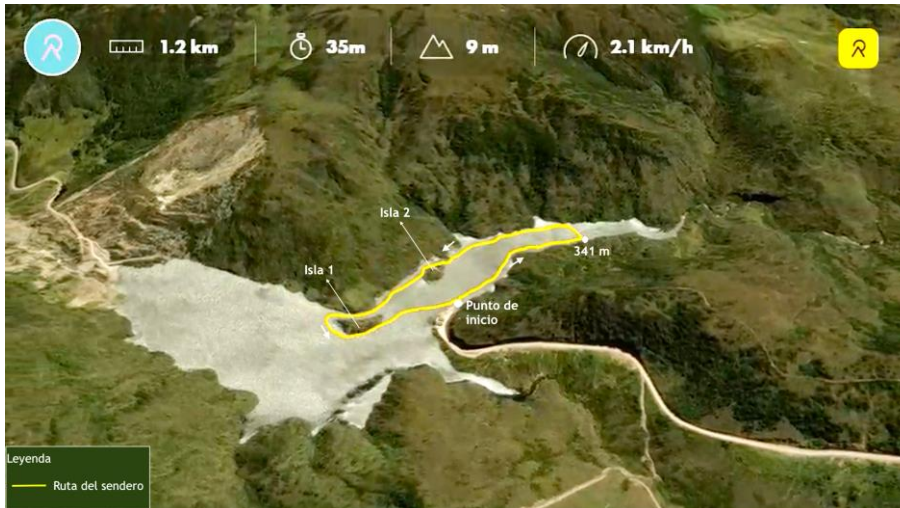
Nombre: Ruta del agua

La ruta del agua consiste en un paseo en kayak que tiene una longitud de recorrido de 1.2 km y un tiempo estimado de 35 minutos. Esta ruta inicia desde el muelle, se debe navegar 341m a la derecha en dirección a la desembocadura del río, donde se visualizará la señalización de giro a la izquierda, el recorrido continúa por el lado derecho de las dos islas, finalmente se debe girar a la izquierda en la "isla 2" y avanzar hacia el muelle. Aunque no se impone seguir la ruta propuesta, se

recomienda mantenerse en esa zona por seguridad debido a las características físicas del sitio como la profundidad de la laguna y las corrientes de agua y viento.

Figura 30

Ruta de kayak



Nota. Fuente: Relive, 2022. Elaboración propia.

Este deporte se puede practicar de manera individual en kayak simples, o en pareja en kayaks dobles. Dentro de esta ruta, el turista podrá disfrutar de la observación de flora y fauna (Figura 31) mientras realiza el recorrido.

Figura 31

Pato salvaje



Nota. Fuente: Propia

2.3.2 Propuestas de rutas de senderismo

Los senderos fueron realizados mediante visitas de campo y el uso de la aplicación Relieve para determinar y graficar las rutas con sus respectivas estadísticas de longitud, tiempo estimado de recorrido y ascenso.

2.3.1.1 Propuesta de sendero 1

Nombre: Sendero Curiqinga

El Sendero Curiqinga establece un recorrido completo alrededor de la laguna (Figura 32), con una longitud de 3.7 km, un tiempo de recorrido aproximado de una hora y cinco minutos y un ascenso de 97m. Por estas características, el sendero deberá dirigirse a un mercado específico al que le interese caminatas largas y de mayor dificultad.

Esta ruta se compone de un antiguo sendero ya establecido (ubicado en la parte izquierda) y una nueva ruta que parte desde la antigua vía que llega desde Girón, con ello, se completa el recorrido alrededor de la laguna. En el kilómetro 1.6, existe un muelle y un refugio que sirve como sitio de descanso para protegerse de las condiciones climáticas o disfrutar de alimentos antes de continuar con el recorrido. Además, en el kilómetro 2.5 se encuentra una pequeña cascada en la parte alta de la montaña, este recurso se puede aprovechar para motivar a los turistas a tomar esta ruta.

Cabe recalcar que, el sendero ya existente está a orillas de la laguna, lo cual no es recomendable porque disminuye su durabilidad a causa de la acumulación de agua proveniente de vertientes o de la misma laguna. Por ello, aunque el mapa grafique el sendero a las orillas de la laguna, debido a la inexactitud de la aplicación, la nueva ruta propuesta se ubicará de tres a cinco metros de esta.

Figura 32

Sendero Curiqinga



Nota. Fuente: Relive, 2022. Elaboración propia.

En el Sendero Curiquinga se pueden realizar actividades como pesca deportiva y observación de flora y fauna. Se establecieron tres puntos estratégicos de pesca con base en las reseñas del personal del sitio y los turistas.

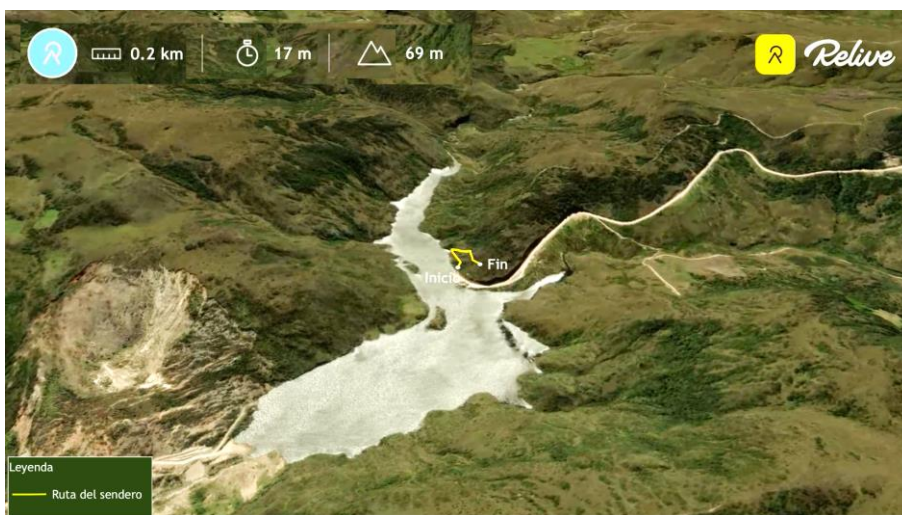
2.3.1.2 Propuesta de sendero 2

Nombre: Sendero El Mirador

La segunda ruta de senderismo que se propone (Figura 33) es un sendero corto, con una distancia de 0,2 km, un tiempo de recorrido de aproximadamente 17 minutos y un ascenso de 69 metros.

Figura 33

Sendero El Mirador



Nota. Fuente: Relive, 2022. Elaboración propia

Este sendero estará destinado a un público de niños jóvenes y adultos debido a sus características físicas y corto tiempo de recorrido. El sendero llega a la parte alta de la montaña cercana al muelle, que se considera un mirador natural, donde se puede disfrutar de una amplia vista del paisaje.

Figura 34

Vista desde el final del sendero El Mirador



Nota. Fuente: propia.

Se recomienda disminuir la densidad de la vegetación e implementar bancos hechos de troncos. Esto brindará a los turistas un sitio de descanso sin afectar al paisaje natural del mirador, y evitará su irrupción hacia otras partes de la montaña que afectaría a la flora y fauna existente como aves y conejos.

Figura 35

Modelo de banca de madera en el mirador



Nota. Fuente: propia.

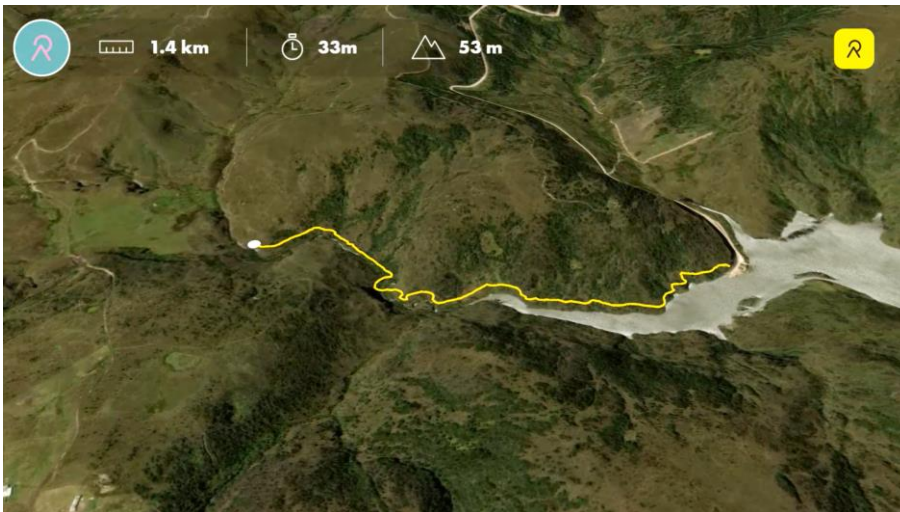
2.3.1.3 Propuesta de rehabilitación de sendero existente

Nombre: Sendero Cascada Curiquingue

La última propuesta para la actividad de senderismo consiste en la rehabilitación del sendero ya existente. Este sendero se ubica a las orillas de la laguna, pasando junto al río hasta llegar a la Cascada Curiquingue, tiene 1,4 km de longitud, 53 metros de ascenso y un tiempo de recorrido de aproximadamente 33 minutos. Esta ruta fue hecha por los comuneros mediante mingas.

Figura 36

Sendero Cascada Curiquingue



Nota. Fuente: propia.

En la visita de campo se observó falencias en el sendero como la falta de señalización y mantenimiento. Por ello, se recomienda realizar una limpieza del camino y establecer un plan de mantenimiento constante de por lo menos 5 veces al año para evitar su obstrucción con la maleza.

Por otro lado, a lo largo del sendero existen muchas vertientes, como se observó en el diagnóstico, lo cual ha provocado la degradación de ciertas partes del camino, dificultando el paso de los senderistas. Para resolver este problema, se recomiendan 2 soluciones: realizar alguna de las estructuras para drenaje de agua explicadas en la revisión bibliográfica o colocar piedras planas por encima del sendero (Figura 37). Esto evitará que los turistas se salgan del sendero creando caminos alternos que dañan la vegetación.

Figura 37

Ejemplo de piedras en el sendero por donde pasa una vertiente



Nota. Fuente: propia.

También, se recomienda la rehabilitación de las gradas existentes a lo largo del sendero, como las gradas de ingreso (Figura 38), donde existe una visible falta de mantenimiento. Se podrían usar los mismos materiales, tablas y troncos de madera, pero es necesario que se incluya en el plan de mantenimiento para evitar el deterioro de la estructura.

Figura 38

Ingreso al sendero Cascado Curiquingue



Nota. Fuente: propia.

Finalmente, se sugiere la implementación de basureros a lo largo de la ruta de los senderos para evitar la contaminación ambiental.

2.4 Propuesta de señalización y señalética para las actividades de aventura

En este punto del capítulo se realizará una propuesta de la señalización acorde a las actividades que se implementen. La propuesta se realizó con base al manual de señalización turística del Ministerio de Turismo del año 2020.

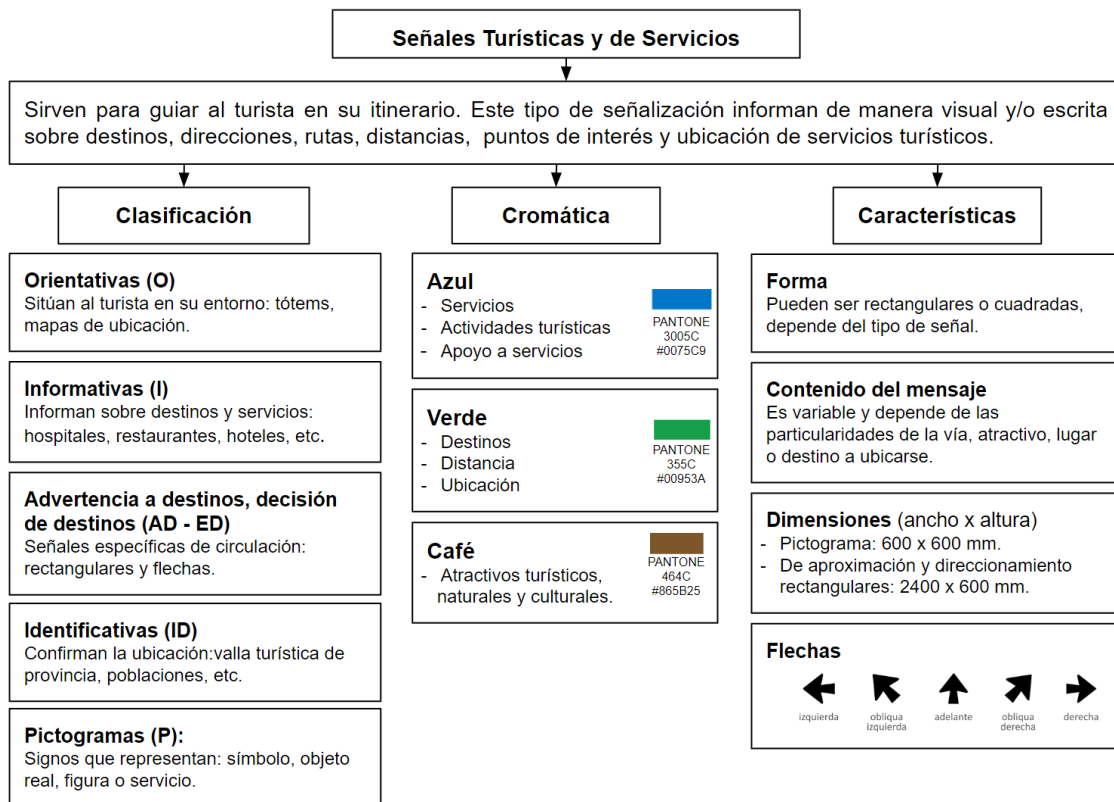
2.4.1 Revisión bibliográfica

2.4.1.1 Señalización y señalética

La señalización es un sistema universal, normalizado y homologado que regula y determina la conducta de los flujos motorizados y de las personas en el espacio exterior; por su parte, la señalética debe ser creada o ajustada para cada caso, determina y provee un fácil acceso a los servicios existentes en una zona específica y brinda un factor de diferenciación e identidad (Ministerio de Turismo, 2020).

Figura 39

Señales Turísticas y de Servicios

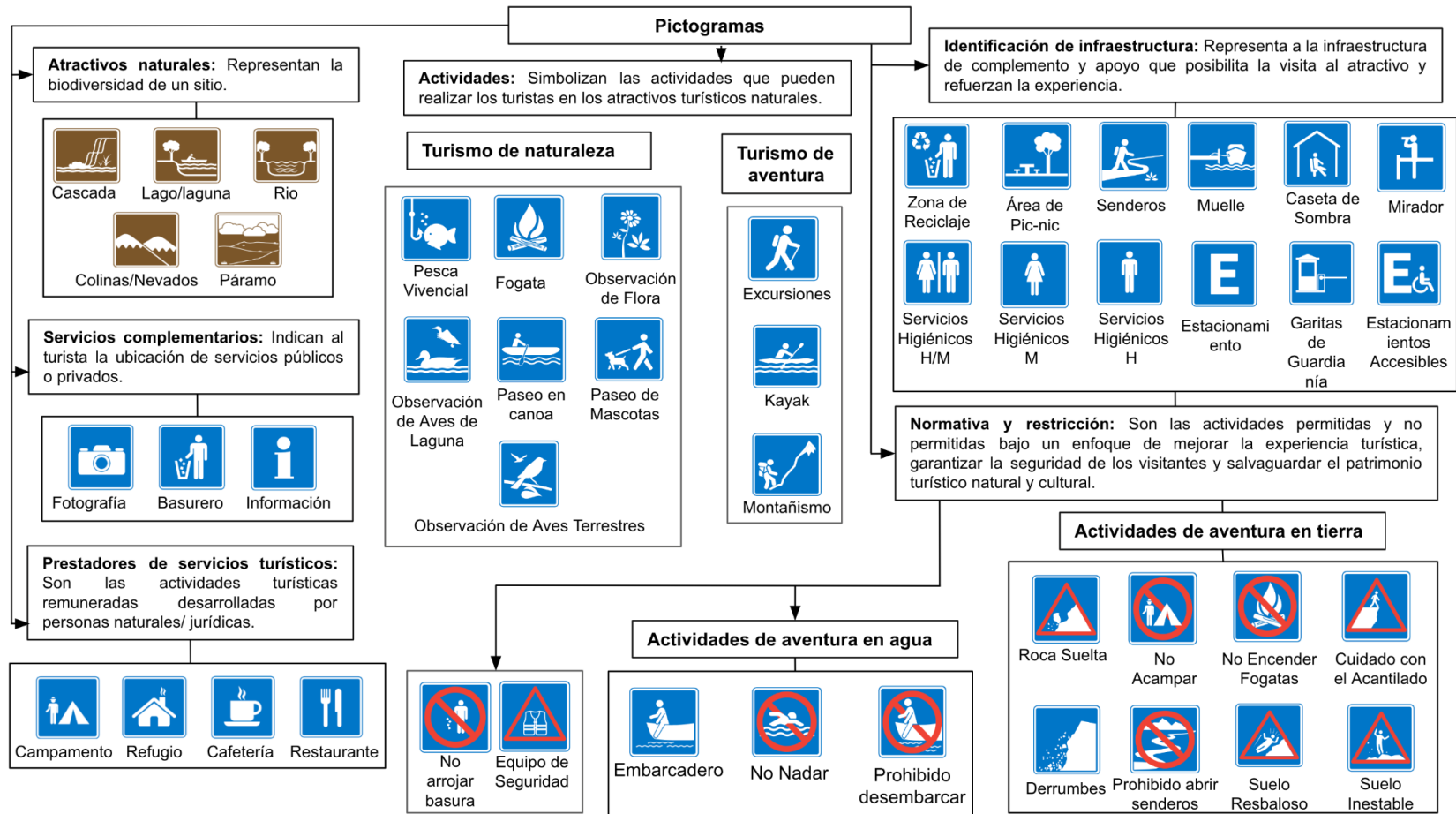


Nota. Fuente: Ministerio de Turismo, 2020. Elaboración propia.

Se propone la implementación de señales de información. Las señales cuentan con componentes gráficos que usan códigos universales y reconocibles para transmitir información de manera rápida, fácil y clara. Estos pueden ser pictogramas, flechas o íconos (Ministerio de Turismo, 2020).

Figura 40

Aplicaciones de los pictogramas



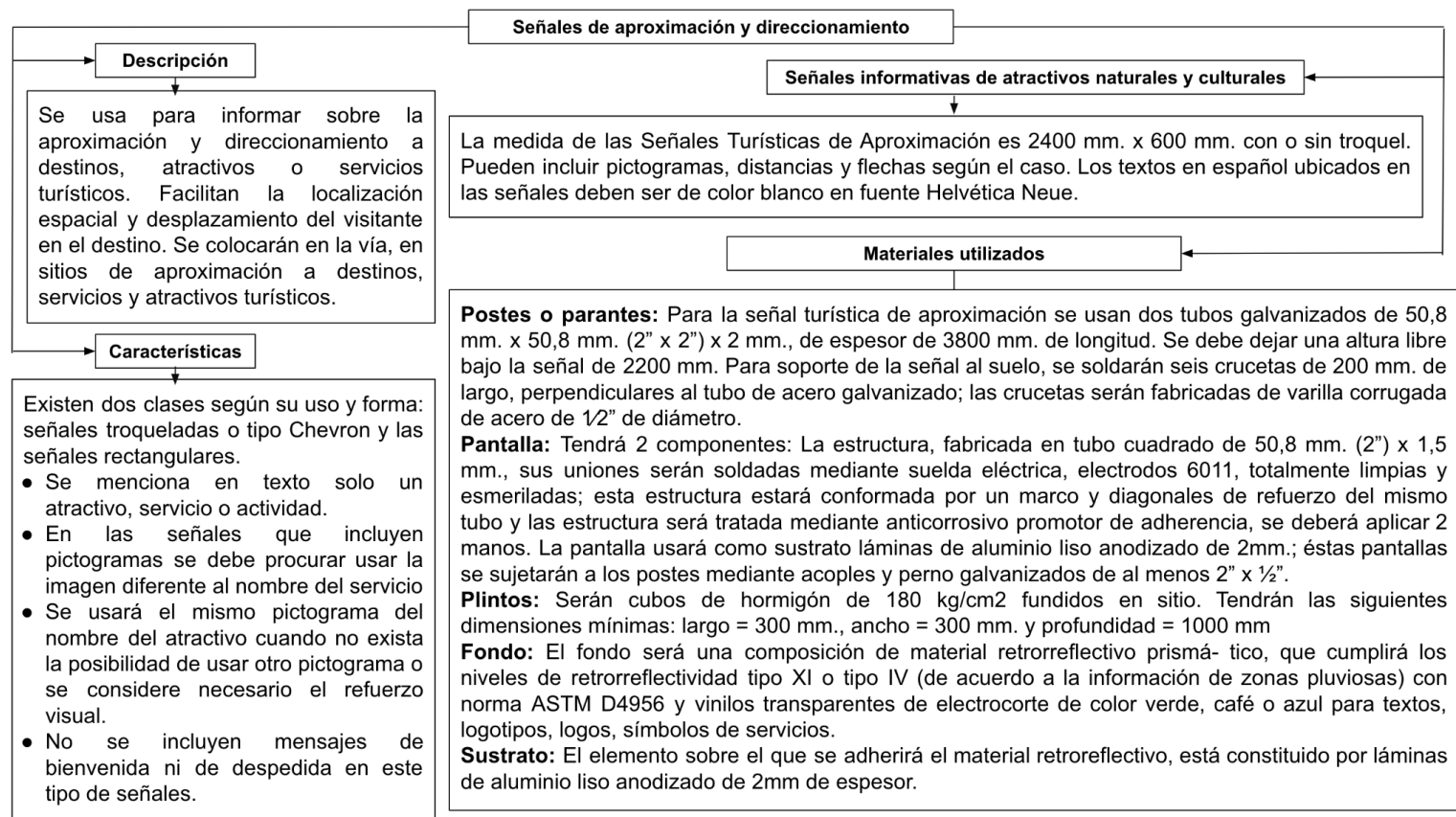
Nota. Fuente: Ministerio de Turismo, 2020. Elaboración propia.

Señales de aproximación y direccionamiento

Las señales de direccionamiento y aproximación facilitan a los turistas el conocer datos sobre el atractivo que van a visitar, como: distancias, nombres y el atractivo principal reflejado en el pictograma.

Figura 41

Señales de aproximación y direccionamiento

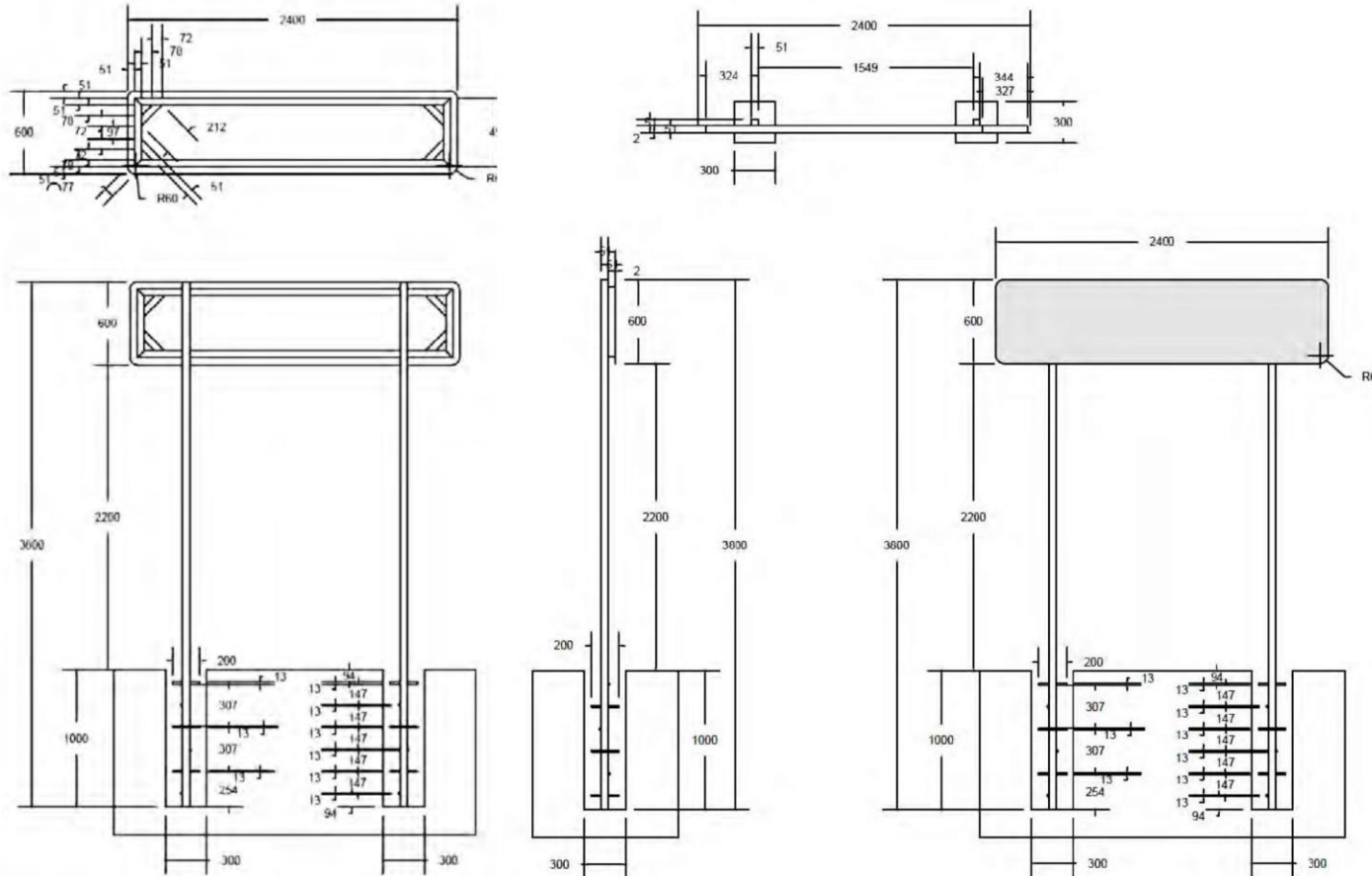


Nota. Fuente: Ministerio de Turismo, 2020. Elaboración propia.

Las medidas referenciales garantizan que el contenido de las imágenes sea claramente visible para los turistas, además, permiten mantener un estilo uniforme con las otras señales del lugar y en relación a otros atractivos.

Figura 42

Medidas de referencia para implementar señales de aproximación y direccionamiento



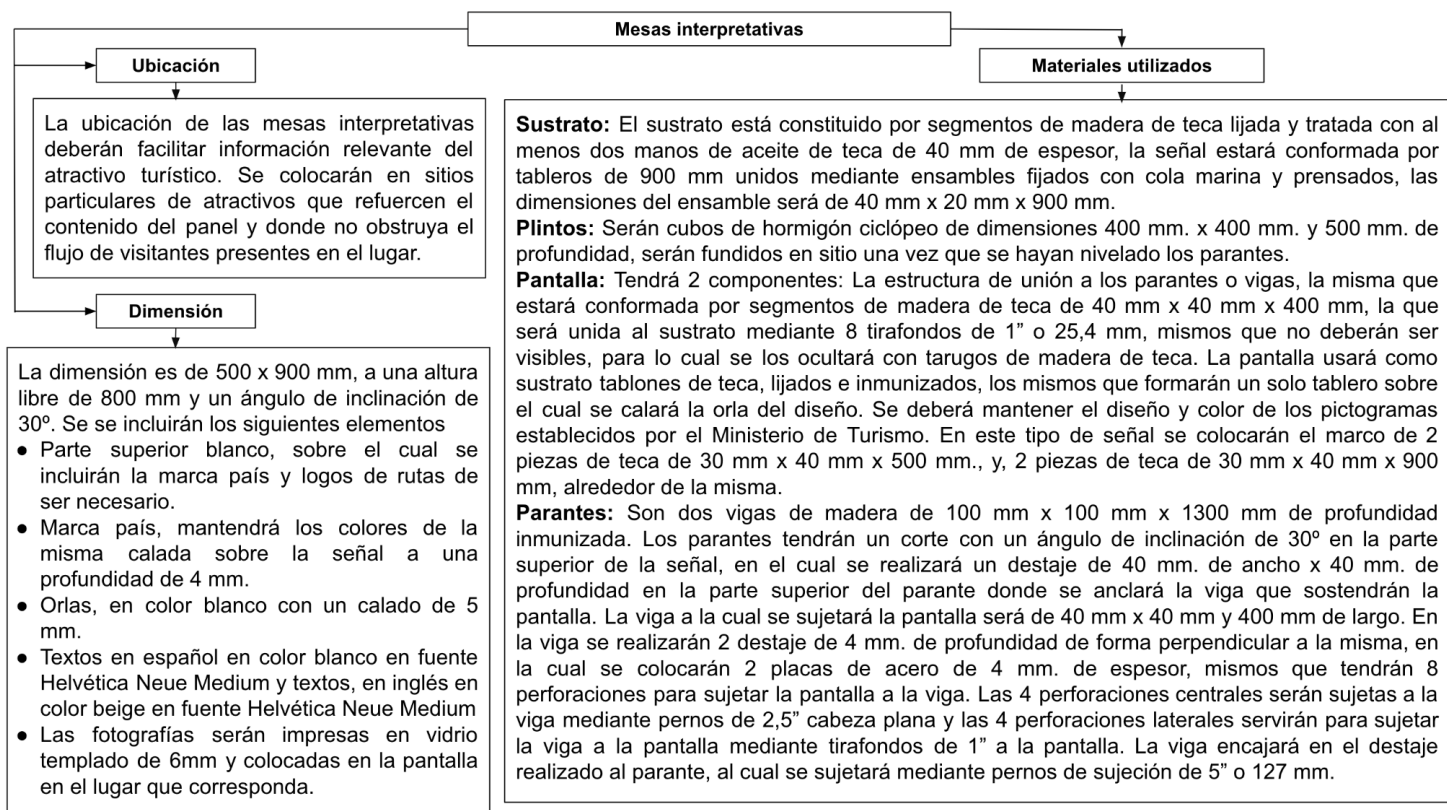
Nota. Fuente: Ministerio de Turismo, 2020. Elaboración propia.

Mesas interpretativas

Por su parte, las mesas interpretativas constituyen una guía efectiva de información para los turistas, que pueden conocer ciertos datos de un atractivo a través de esta herramienta. A continuación se presentan los detalles para su correcta implementación:

Figura 43

Mesas interpretativas

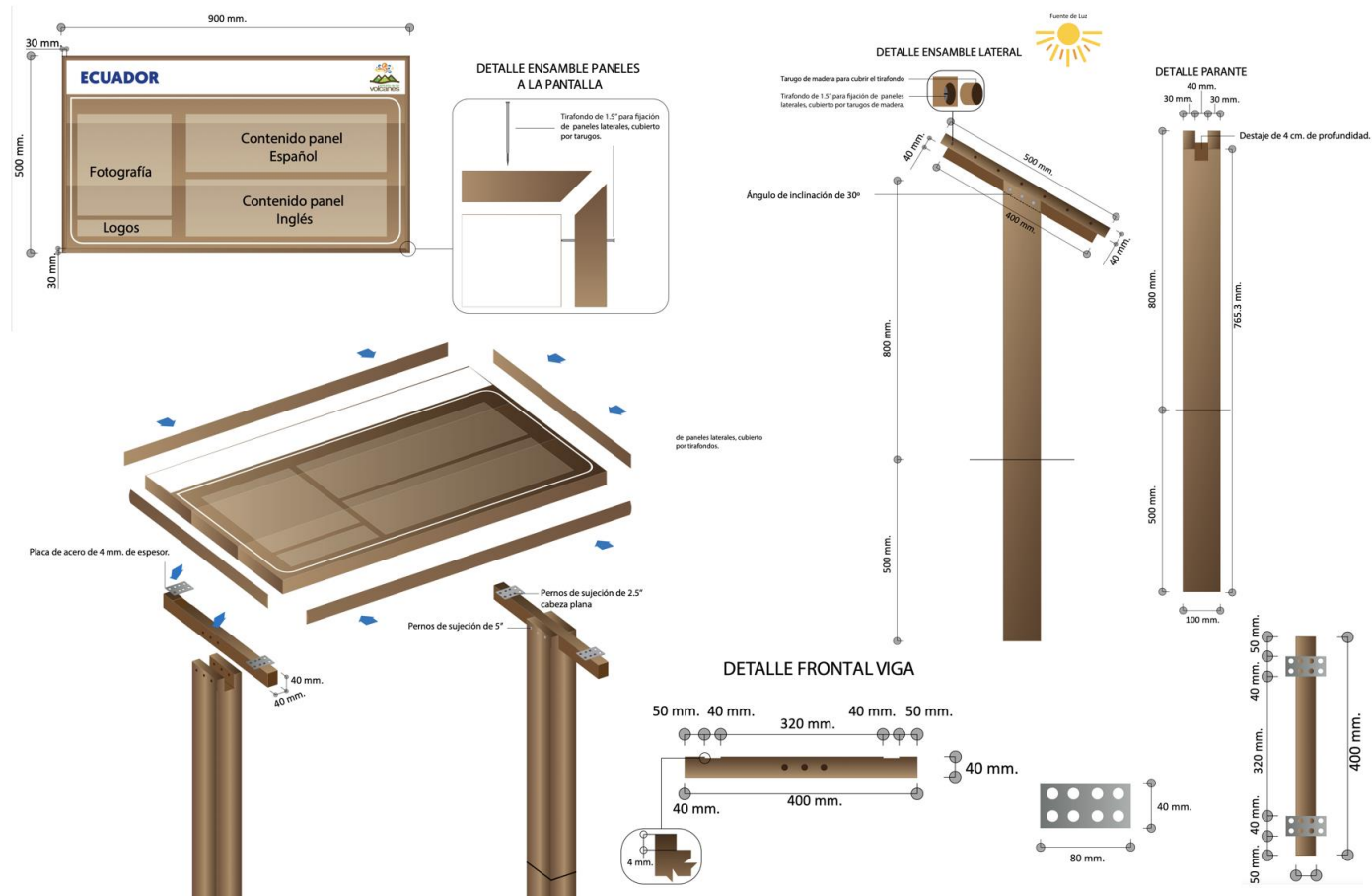


Nota. Fuente: Ministerio de Turismo, 2020. Elaboración propia.

Es importante seguir las recomendaciones de construcción y medidas debido a que esto asegura la calidad del contenido, su funcionalidad y durabilidad.

Figura 44

Medidas de referencia para implementar mesas interpretativas



Nota. Fuente: Ministerio de Turismo, 2020. Elaboración propia.

2.4.2 Señalización para la actividad de kayak

Figura 45

Modelo de señalización para la actividad de kayak



Nota. Fuente: Propia.

Para esta actividad, se recomienda colocar un pictograma en el muelle (Figura 45) para informar a los visitantes que esta es la zona segura e indicada para embarcar en los kayaks.

Figura 46

Modelo de señalización para indicar la ruta de kayak



Nota. Fuente: Propia.

Además, se recomienda colocar mínimo dos pictogramas con flechas para indicar la ruta que debe seguir el turista (Figura 46 y 47) y así evitar accidentes o colisiones con otros kayaks o botes.

Figura 47

Modelo de señalización para indicar la ruta de kayak



Nota. Fuente: Propia.

2.4.3 Señalización para la actividad de senderismo

Una vez analizados los lineamientos para implementar señalización turística de aproximación y dirección se presentan los siguientes modelos:

Como se indica en la Figura 48, las señales de aproximación deben contener el nombre del sendero, la distancia a recorrer y un pictograma que describa alguna característica del sendero.

Figura 48

Modelo de señalización para el Sendero El Mirador



Nota. Fuente: Propia.

Para el sendero Curiquingue se recomienda colocar la señalización en la parte izquierda de la entrada y utilizar el pictograma de observación de aves terrestres.

Figura 49

Modelo de señalización para el Sendero Curiquinga



Nota. Fuente: Propia.

Para el sendero Cascada Curiquingue, se sugiere utilizar el pictograma de cascada, debido a que es el atractivo representativo del sendero.

Figura 50

Modelo de señalización para el Sendero Cascada Curiquingue



Nota. Fuente: Propia.

Por su parte, para la aplicación de la señalética mesa interpretativa, se propone un modelo que incluya información relevante de la laguna como el origen tanto del nombre como del cuerpo de agua y los datos con respecto a las medidas de profundidad, ancho, longitud y superficie de la laguna. También, se recomienda incluir las actividades permitidas en el lugar, así como una foto con una buena resolución como se presenta a continuación:

Figura 51

Modelo de mesa interpretativa



Nota. Fuente: Propia.

2.5 Presupuesto para la implementación de las actividades de kayak y senderismo

2.5.1 Presupuesto para la actividad de kayak

Para la actividad de kayak, se sugiere la adquisición de cinco kayaks, dos kayaks simples y tres dobles. Para ello se realizó una cotización con la empresa Salango Kayaks ubicada en Juan Bustamante S/N y Pedro Freire, Carcelén, Quito-Ecuador. Esta empresa pertenece a la Corporación “Mucho mejor si es hecho en Ecuador” y son miembros de la Junta Nacional de Defensa del Artesano por lo que el costo de sus productos no tiene IVA (Salango kayaks, 2022). Además, con la compra de tres o más unidades se incluye el curso de instrucción y equipo como chalecos y remos. Salango kayaks cuenta con varios tipos de kayaks con diferentes características, se recomiendan adquirir los siguientes:

Kayak Wao

Tabla 3

Kayak Wao

Descripción	
Wao es un modelo de kayak recreacional muy estable, confiable, vira rápido y fácilmente se aprende a manejarlo. Está recomendado para salidas de un día y es ideal para kayakers de hasta 200 lbs. Ideal para travesías cortas en el mar, esteros, lagunas y descenso de ríos a partir de los 400 MSNM. Óptimo para usuarios principiantes e intermedios	
Características	
Colores	Amarillo, Azul Eléctrico, Azul Ultramar, Blanco, Carbón, Cereza, Lima, Naranja, Negro.
Longitud	3.05 m
Ancho	0.77 m
Peso	18.18 Kg
Capacidad	200 lbs
Pasajeros	1
Material	Fibra de vidrio

Foto de referencia



Nota. Fuente: Salango kayaks, 2022. Elaboración propia.

Kayak Mantarraya

Tabla 4

Kayak Mantarraya

Descripción

Mantarraya es un modelo de kayak muy estable, excelente para principiantes e intermedios. Viene con pedales regulables y compartimentos delante y detrás de la cabina (opcional). Es muy seguro, fácil de girar, incluso puede ser manejado por una sola persona. Es ideal para salidas de uno o varios días en zonas de playa, bahía, ríos y lagunas. Provee suficiente espacio para expediciones de varios días, pero no deja de ser apropiado para salidas de un día. Tiene capacidad para dos personas que en suma no excedan las 360 lbs.

Características

Colores	Amarillo, Azul Eléctrico, Azul Ultramar, Blanco, Carbón, Cereza, Lima, Naranja, Negro
Longitud	4.96 m
Ancho	0.82 m

Peso	34.09 Kg
Capacidad	360 lbs
Pasajeros	2
Material	Fibra de vidrio

Foto de referencia



Nota. Fuente: Salango kayaks, 2022. Elaboración propia.

Salango kayaks ofrece descuentos por la adquisición de dos o más unidades. Además, si adquiere más de tres unidades el envío es gratis. Con base a la información brindada por Salango kayaks se elabora el siguiente presupuesto:

Presupuesto

Tabla 5

Presupuesto

Tipo de kayak	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
Kayak simple (Wao)	\$690,00	2	\$1380,00
Kayak doble (Mantarraya)	\$1050,00	3	\$3150,00
		Subtotal	\$4530,00
		15% Descuento	\$679,50

Total \$3850,00

Nota. Fuente: Salango kayaks, 2022. Elaboración propia.

Finalmente, para complementar la implementación del kayak, se realizó la cotización de la señalización necesaria que incluye tres pictogramas de la actividad con un complemento con el nombre y la flecha que indica donde realizar los giros durante la ruta.

Tabla 6

Presupuesto de señalización de pictograma para kayak

Detalle	Costo Unitario	Cantidad	IVA 12%	Costo Total
Pictograma kayak Medidas 0.6m x 0.6m + complemento 0.6m x 0.2 m	\$43,00	3	\$15,48	\$144,48

Nota. Fuente: Dis. Daniel Segovia, 2022. Elaboración propia.

2.5.2 Presupuesto para la actividad de senderismo

Para la implementación de esta actividad, no se tomaron en cuenta los gastos por mano de obra para la construcción de los senderos debido a que la comuna realiza estas labores a través de mingas.

Por ello, para la elaboración del presupuesto para el senderismo, se tomaron en cuenta los precios por la implementación de las tres señales de aproximación y direccionamiento que se presentaron como modelos en el punto 2.4.2.

Tabla 7

Presupuesto de señalización de aproximación y direccionamiento

Detalle	Costo Unitario	Cantidad	IVA 12%	Costo Total
Vinil recortado en base de tol galvanizado de 2 mm. Parante en tubo redondo galvanizado de 2".	\$86,00	3	\$30,96	\$288,96

Medidas 2.40x0.6 m

Nota. Fuente: Dis. Vicente Segovia, 2022. Elaboración propia.

Adicionalmente, también se incluyó en el presupuesto de señalización el precio de una mesa interpretativa del atractivo con base al modelo antes presentado.

Tabla 8

Presupuesto de la mesa interpretativa

Detalle	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
Fotografía en vidrio templado 6mm con pernos de sujeción externa en acero inoxidable. Sobre mesa de madera elaborada con tablas de Teca y estructurada en una base y soporte en 2 vigas de 0.04x0.04x0.4 m de madera sólida de Teka terminada con la Monto para exterior.	\$500,00	1	\$500,00

Nota. Fuente: Komplot Visual, 2022. Elaboración propia.

Una vez desglosados todos los costos por actividad, el presupuesto total para implementar kayak y senderismo suma un total de \$4.783,44 dólares. Sin contar con la mesa interpretativa, porque es un elemento adicional y su implementación quedaría a consideración de la comuna.

En conclusión, es importante considerar una planificación previa a implementar actividades nuevas en un sitio con el fin de definir si se cuenta con el presupuesto necesario para cumplir con los requerimientos que esto demanda.

Capítulo 3. Estrategias de operación, comercialización y marketing para las actividades de kayak y senderismo en conjunto con las preexistentes en la Laguna Curiquingue

En el presente capítulo se proponen y establecen diferentes estrategias de operación, marketing y comercialización para las actividades de kayak y senderismo, además se incluyen las actividades que ya se realizan en la laguna como: paseos en bote y lancha, pesca deportiva y camping.

3.1 Estrategias de operación en torno al kayak y senderismo en conjunto con las actividades preexistentes.

La Comuna Chunazana no cuenta con estrategias de operación definidas, se trabaja de manera empírica y circunstancial. En este sentido, las estrategias propuestas se basan en el trabajo de campo y la revisión bibliográfica que se presentará a continuación.

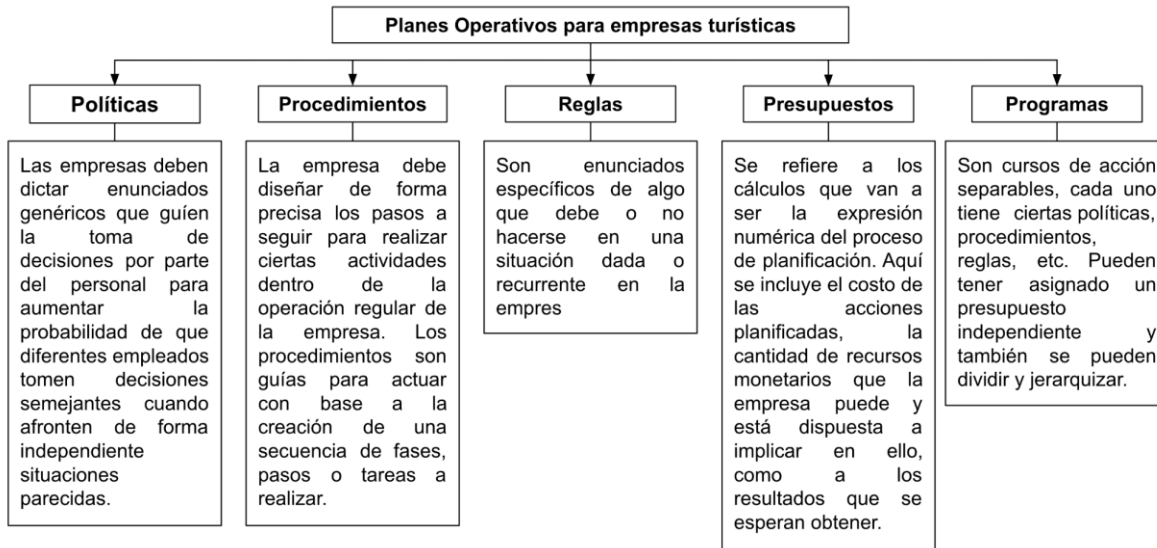
3.1.1 Revisión bibliográfica

Las estrategias de operación son esenciales, estas integran un plan para lograr objetivos específicos con cursos de acción basados en los recursos asignados a las diferentes funciones y productos/servicios (Pérez, 2016). Por ello, es importante plantear metas y definir con qué recursos cuenta la comuna para proponer estrategias realizables.

Las estrategias deben ser específicas y concretas, utilizando herramientas prácticas acorde a su vida diaria y a la realidad del turismo del territorio (Casanueva y Gallego, 2016). Es decir, estas son únicas de cada proyecto y varían de acuerdo al tipo de negocio en donde se aplique. Para las empresas turísticas, dentro del plan operativo Casanueva y Gallego (2016) plantean diferentes estrategias que incluyen en el plan, estas son:

Figura 52.

Planes operativos para empresas turísticas



Nota. Fuente: Casanueva y Gallego, 2016. Elaboración propia.

De esta manera, se presentan diferentes aspectos clave que incluyen en un plan operativo y en el cual se basarán las estrategias de operación que se presentan a continuación:

3.1.2 Estrategias de operación

3.1.2.1 Organigrama, selección de personal y contratación

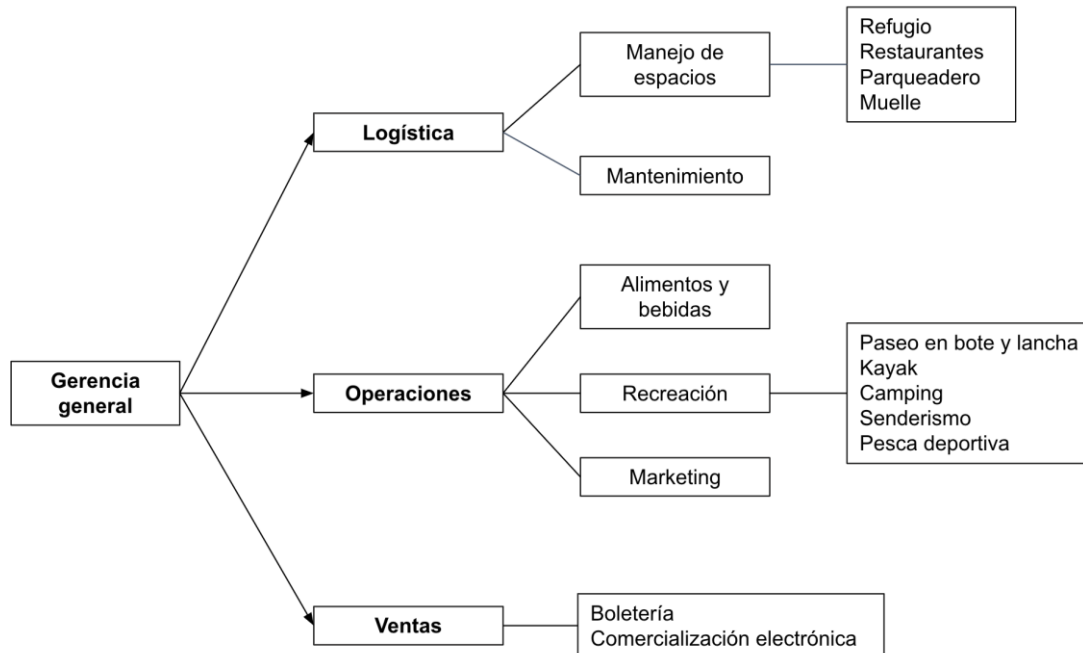
Es importante elaborar un organigrama para definir claramente la estructura organizativa que tiene el proyecto y quienes están a cargo de cada división. El organigrama muestra la organización interna de una empresa u organización, para ello, toma en cuenta el personal existente y los cargos en un orden jerárquico (Larrosa, Cruz y Sayay, 2020).

Existen 2 tipos de organigramas, el vertical y horizontal; el organigrama horizontal tiene un efectivo control de gestión mediante una cadena de mando corta, además, muestra la cultura de la empresa basada en el flujo de trabajo, no en órdenes de autoridad jerárquica (Torralbas y Lamoth, 2022).

Por lo tanto, para el proyecto turístico de la Comuna Chunazana se sugiere el desarrollo de un organigrama horizontal porque permite una relación directa entre los altos cargos y los colaboradores de la organización.

Figura 53.

Modelo de organigrama para la Laguna Curiquingue



Nota. Fuente: Elaboración propia.

Como se mencionó previamente, en el proyecto se trabaja de forma empírica por lo tanto no existen departamentos ni cargos definidos. En la actualidad, se cuenta solamente con tres personas encargadas de la administración y operación de la laguna.

En este contexto, se propone una estructura de organización para el proyecto que está conformada por tres departamentos esenciales: logística, operaciones y ventas, subdivididas en diferentes responsabilidades y guiadas por la gerencia general que, en este caso, es el cabildo de la comuna.

Para la logística, se debería contar con un encargado para gestionar el manejo de espacios y el mantenimiento del área, tanto en limpieza como en las estructuras existentes como: puentes, senderos, señalización, equipo e instalaciones en general. Para ello, se podría emplear a una persona de la comuna que realice estas actividades al menos una vez al mes y entregue un informe para tomar las respectivas acciones con el fin de mejorar y mantener la calidad del servicio.

Por su parte, el departamento de operaciones se subdivide en alimentos y bebidas, recreación y marketing. En la laguna, la venta de alimentos y bebidas está a cargo de las personas de la comuna que rentan el restaurante, sin embargo, debería existir un trabajo en conjunto con las otras áreas para asegurar la calidad del servicio en la laguna y generar un ambiente laboral saludable.

Con respecto a la subdivisión de recreación, debe existir un encargado exclusivo que coordine las actividades de naturaleza y de aventura que se ofertan en la laguna, y todo lo que estas implican como equipo, tiempos y seguridad del turista.

Para la parte de marketing, es necesario que una persona se encargue específicamente de esta tarea, debido a su complejidad, puesto que incluye una planificación mensual del contenido y eventos que se publicarán en las redes sociales del proyecto. Además, el encargado de marketing digital debe interactuar con los posibles clientes de manera eficaz con el fin de convertirlos en potenciales visitantes.

Finalmente, para el departamento de ventas se debe designar una persona que realice la comercialización de eventos y servicios en territorio y/o en línea. Se considera que se debe confiar esta tarea a una sola persona para brindar un servicio eficaz y evitar confusiones en compras o reservas.

3.1.2.2 Capacitación

Las personas encargadas de la administración y operación en el proyecto actualmente no poseen un alto nivel de conocimiento en turismo u otras ramas importantes para el correcto desarrollo del proyecto. Por ello es importante crear un plan de capacitación semestral para abordar temas como:

- **Socio organización:** desarrolla las habilidades de asociatividad y liderazgo de las personas para fortalecer la organización interna, esto se reflejará en el desempeño efectivo del proyecto.
- **Manejo de plataformas digitales como Canva y Wix:** facilita la creación de contenido y el manejo del sitio web a través de herramientas digitales innovadoras.
- **Servicio al cliente:** genera experiencias de calidad en los turistas o clientes que adquieran un servicio y/o producto y, por consiguiente, posiciona a un destino frente a otros con características similares.
- **Marketing digital:** brinda conocimiento sobre herramientas digitales para promocionar y posicionar un producto o servicio, con ello aumenta el alcance al público objetivo y genera un mayor nivel de ventas.
- **Finanzas:** fomenta el buen manejo de los recursos financieros para realizar inversiones inteligentes y planificadas que eviten la pérdida de recursos, con ello un proyecto tiene la posibilidad de ser rentable y sostenible en el tiempo.

- **Seguridad y primeros auxilios:** brinda confianza al personal al estar preparado para dar las indicaciones de seguridad previo a realizar las actividades y asistir a los turistas en caso de accidentes.
- **Operación de actividades turísticas:** permite ofrecer el servicio de actividades de manera correcta y segura. En el caso de la laguna, para las actividades de turismo de aventura y naturaleza como los paseos en bote, lancha y el kayak, es importante que la persona a cargo conozca el funcionamiento del equipo y las técnicas para maniobrarlos, con el fin de transmitir la información a los turistas y evitar accidentes.

3.1.2.3 Manuales de procedimientos para las actividades

Las actividades de turismo de naturaleza y aventura deben contar con un manual de procedimientos para su correcta operación, de manera que el personal a cargo cuente con una guía que detalle las funciones y pasos a seguir al momento de brindar el servicio desde que el turista llega al lugar.

Tabla 9

Modelo de un manual de procedimientos para las actividades de la laguna.

Paso	Personal a cargo	Actividad
Bienvenida y cobro de entrada	Recepción	Mediante una cálida bienvenida, el encargado se asegurará de brindar toda la información al cliente y realizar el cobro de la entrada y la entrega del boleto, además de explicar al visitante donde debe parquear.
Explicación y cobro de las actividades turísticas	Personal administrativo 1	El personal brindará información turística a los visitantes como: actividades que se pueden realizar, costos, servicios disponibles. En caso de que el visitante desee adquirir un servicio tarifado, se debe realizar el respectivo cobro. Además, ofrecerá una breve explicación de las instalaciones y de las medidas de seguridad.
Operación de las actividades de paseos en bote y kayak	Personal operativo 1	Si un visitante requiere un servicio turístico que demande la utilización de equipo como los paseos en bote y lancha o kayak, el personal deberá asistir al turista para colocarse los equipos de seguridad y subir a los botes o kayak. También deberá indicar el tiempo de uso de los equipos de acuerdo a la tarifa. Del mismo modo, deberá asistir a los turistas una vez terminado el servicio.

Operación de la actividad de paseo en lancha	Personal operativo 2	Se deberá asistir al turista para colocarse los equipos de seguridad y subirse a la lancha. El personal brindará el servicio por el tiempo antes indicado y, durante el recorrido, debe asegurarse que se cumplan las normas de seguridad para evitar accidentes. Si se realizan paradas en distintos puntos de la laguna y los turistas desean permanecer en ellos, el personal deberá esperar o estar pendiente de recogerlos cuando terminen su visita. Durante el recorrido, el responsable debe dar una breve reseña informativa de la laguna explicando datos interesantes de la flora y fauna del lugar con el fin de llamar la atención de los turistas.
Operación de las actividades de senderismo, camping y pesca.	Personal administrativo 1	Para la actividad de senderismo, se informará al turista de los tres senderos existentes, así como su grado de dificultad, distancias, atractivos, etc. Para las actividades de camping y pesca, se explicará al turista los mejores sitios para realizar estas actividades.
Despedida, consulta y recepción de dudas y sugerencias.	Recepción	Al finalizar la visita, el personal deberá estar pendiente para consultar sobre dudas y sugerencias que tengan los visitantes, información que servirá como referencia para mejorar el servicio. Finalmente brindará una cálida despedida e invitará a visitarlos nuevamente.

Nota. Fuente: Elaboración propia

3.1.2.4 Plan de trabajo semestral

Se sugiere elaborar un plan de trabajo semestral para planificar eventos a realizar, capacitaciones y talleres de acuerdo a las actividades y necesidades del proyecto en la laguna.

La planificación y desarrollo de eventos son una buena estrategia para atraer turistas, dar a conocer nuevas actividades y posicionar a la laguna como un destino con actividades competitivas. Por ejemplo, con la implementación de kayak se podría realizar un evento de demostración donde los turistas puedan conocer y practicar la actividad. Para la pesca deportiva ya se han realizado competencias en la laguna, se recomienda continuar con esta práctica para generar un mayor flujo de visitas sobre todo en temporadas donde estas son escasas.

Todos los eventos a realizar deben contar con una planificación previa para establecer fechas, horarios, costos, inversión, etc. De este modo se evitará generar desorganización y en consecuencia pérdidas económicas y mala reputación frente a los turistas. Para las capacitaciones, también es importante programar las fechas, temas y participantes, con el fin de contar con la asistencia de todo el personal.

A continuación, se presenta un modelo para la organización y planificación de un plan de trabajo semestral.

Figura 54

Modelo de plan de trabajo semestral

N°	Actividad	Julio 2022																															
		V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
1	Asistencia y atención regular en la laguna.																																
2	Taller participativo con el personal de la laguna para informar de las nuevas actividades, protocolos, procedimientos, etc.																																
3	Atención y asistencia regular en la laguna.																																
4	Capacitación del personal en la operación de kayak.																																
5	Planificación del evento de presentación de la actividad de kayak en la laguna.																																
6	Evento de presentación de la actividad de kayak en la laguna.																																
7	Atención y asistencia regular en la laguna.																																
N°	Actividad	Agosto 2022																															
		L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
1	Atención y asistencia regular en la laguna.																																
2	Capacitación del personal en socio-organización.																																
3	Asistencia y atención regular en la laguna.																																
4	Capacitación del personal en el manejo de plataformas digitales como Canva y Wix.																																
5	Asistencia y atención regular en la laguna.																																
N°	Actividad	Septiembre 2022																															
		J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		
1	Atención y asistencia regular en la laguna.																																
2	Capacitación del personal en atención al cliente.																																
3	Asistencia y atención regular en la laguna.																																
4	Planificación del evento de competencia de pesca deportiva en la laguna.																																

3.2 Estrategias de comercialización en torno al kayak y senderismo en conjunto con las actividades preexistentes.

En la actualidad, la comuna comercializa el destino “Laguna Curiquingue” y sus actividades solo en el territorio. Los turistas llegan a la laguna, pagan el valor de entrada y en el muelle, cancelan el valor para usar servicios adicionales como paseo en bote o lancha. Este método ha sido exitoso hasta el momento porque ha generado suficientes recursos para reinvertir en infraestructura para el proyecto y mejorar ciertos servicios. Sin embargo, se deben considerar diferentes estrategias para mejorar e incrementar su comercialización, con el fin de llegar al mercado objetivo, tanto local como internacionalmente con la oferta de su preferencia asegurando el éxito comercial del proyecto.

3.2.1 Revisión bibliográfica

Las estrategias de comercialización son fundamentales para el éxito de cualquier emprendimiento o producto. La incapacidad de comercialización resulta en el abandono de este tipo de emprendimientos porque no presentan los resultados esperados (Cañada, 2015). Es importante considerar diferentes aspectos que resulten en la comercialización ideal para el proyecto con base a las preferencias de la demanda y la oferta.

Es indispensable determinar el mercado al cuál se desea llegar, con el fin de seleccionar el mejor medio de comercialización y definir una oferta que cumpla con sus necesidades y expectativas. Para esto, se debe analizar el mercado a través de la recolección de datos y la segmentación para entender cuáles son sus preferencias, necesidades y comportamientos (Arechavaleta, 2015).

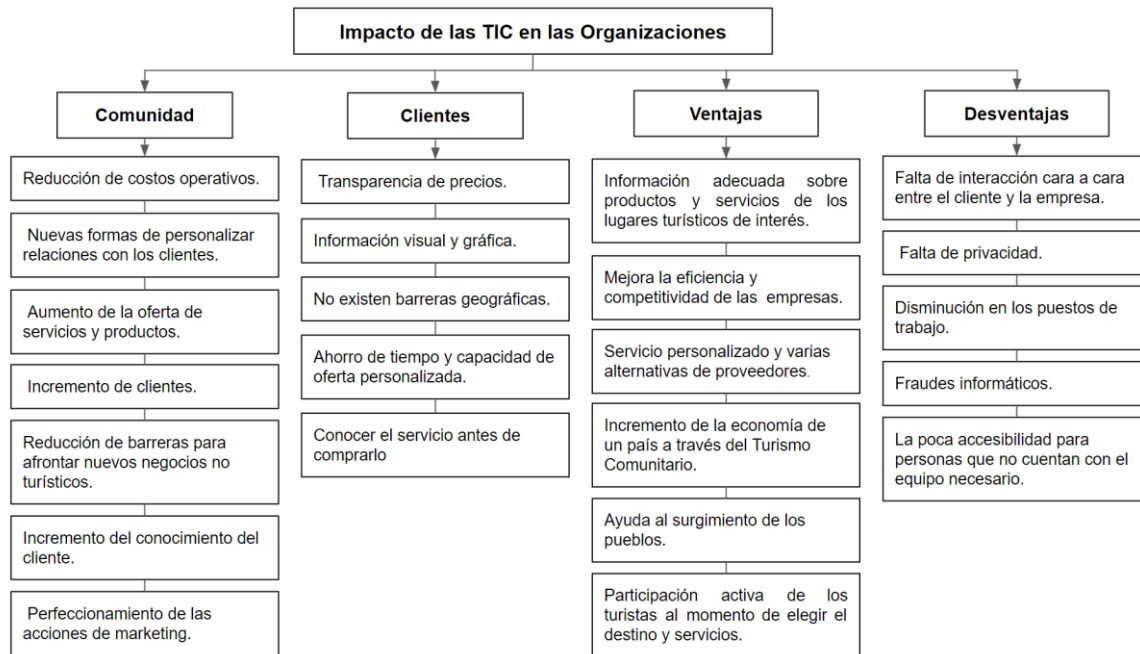
Asimismo, el destino debe definir sus actividades con base a qué se desea comercializar y/o mostrar y que incluye. Además, el proyecto debe estar en constante desarrollo, es decir, debe mejorar y mantener las actividades que se ofrecen al momento y a su vez, crear nuevas que permitan incrementar la comercialización (Arechavaleta, 2015). Estas actividades deben llegar al consumidor a través de su medio de comunicación de preferencia, en la actualidad muchos utilizan sus dispositivos electrónicos para buscar información sobre lugares para visitar en su tiempo libre.

Las tecnologías de la Información y la comunicación (TIC) son las herramientas, programas y recursos que permiten generar, administrar, procesar y difundir datos mediante dispositivos electrónicos (Quiñonez et al., 2019). Las TIC se han convertido en una herramienta para la venta de productos y servicios de cualquier naturaleza, y el turismo no es la excepción. Se considera que el uso de las TIC es esencial para mostrar una visión más amplia de un destino a nivel nacional e

internacional y, por consiguiente, tener una inmersión representativa en el mercado turístico mundial (Quiñonez et al., 2019).

Figura 55

Las tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones



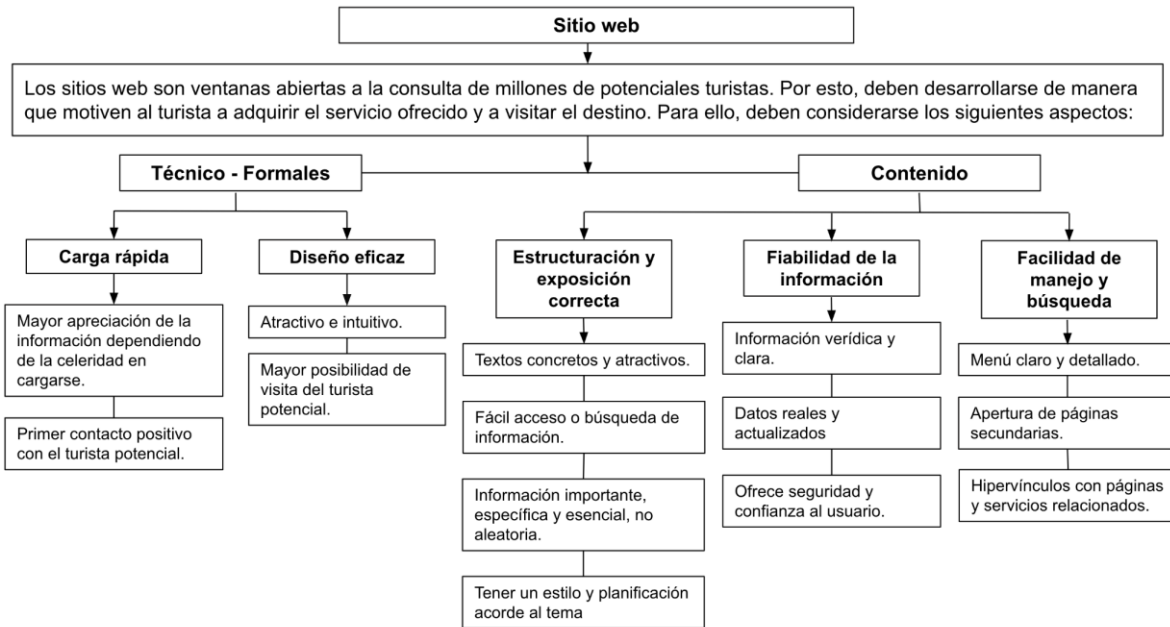
Nota. Fuente: Quiñonez et al., 2019. Elaboración propia.

Hasta el año 2020, se conoce que el 60% de la población a nivel mundial usa internet a través de un computador, celular, asistente personal digital, consola de juegos, televisión, etc (Banco Mundial, 2022). En Ecuador, el acceso a internet ha incrementado, hasta el año 2020, el 61,7% de hogares en el área urbana y el 34,7% en el área rural tenían acceso a internet (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2021). En el contexto y año actual, solo se puede asumir que este porcentaje se ha incrementado. De esta manera, la comercialización electrónica es una opción viable para ofrecer información y vender un destino a una amplia audiencia.

Sin embargo, la falta de acceso a internet y de conocimiento sobre herramientas tecnológicas en el área rural dificultan la aplicación de las mismas para iniciar la comercialización electrónica (Quiñonez et al., 2019). Pero, es importante plantearse que el uso de las TIC para comercialización es esencial. La comuna debe buscar soluciones a estos problemas como implementación del servicio de internet y capacitación en manejo de TIC. De esta manera, se sugiere la creación de un sitio web para la comercialización de los servicios y actividades que ofrece la Laguna Curiquingue.

Figura 56

Características de un sitio web

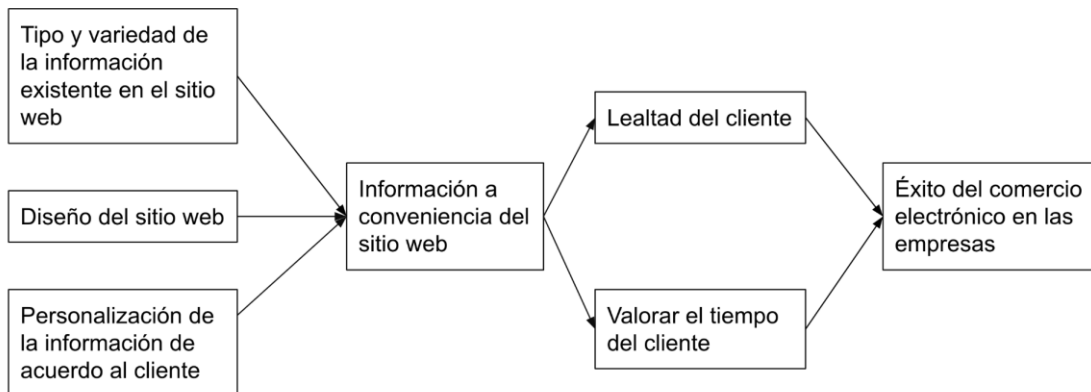


Nota. Fuente: López et al., 2010. Elaboración propia.

Es importante considerar los aspectos técnicos explicados en la Figura 56 para desarrollar el sitio web. La imagen del destino representada en el sitio web será la motivación para influir en la posible visita y compra de servicios por parte del turista interesado. Para esto, se debe recolectar datos completos, actuales y exactos del mercado objetivo a fin de generar una oferta con información de calidad (Salehi et al., 2012).

Figura 57

Factores que influyen en la información del sitio web y el impacto que tiene en el éxito del comercio electrónico de la empresa



Nota. Fuente: Salehi et al., 2012. Elaboración propia

Para que una venta en línea se concrete, el cliente debe sentir que está tomando una decisión correcta con base a su percepción del sitio y la información recibida. La información del sitio web debe cubrir las tendencias del mercado, el beneficio del cliente y el rendimiento de la compra (Salehi et al., 2012).

En la actualidad, existen diferentes plataformas que facilitan la creación de sitios web, una de ellas es Wix. Esta plataforma permite que el usuario personalice su sitio web de manera gratuita para conectar con clientes, realizar ventas y recibir pagos; además, ofrece una variedad de herramientas para que cualquier tipo de profesional o emprendedor cree presencia en línea fácilmente (Wix.com, 2022). Este tipo de plataformas son amigables con diferentes tipos de usuarios gracias a la variedad de recursos, sugerencias y asesoría que presentan al momento de crear contenido, por lo tanto, es ideal para una persona que no tenga mucho conocimiento en este tema.

En este contexto y de acuerdo a la bibliografía revisada se proponen las siguientes estrategias de comercialización:

3.2.2 Estrategias de comercialización

3.2.2.1 Definir el mercado objetivo

La comuna debe definir claramente cuál es su mercado objetivo y sus necesidades. Como se mencionó en el diagnóstico, uno de los entrevistados describió que el mercado interesado en visitar la laguna incluye a familias, extranjeros y grupos de ciclistas, senderistas, motociclistas, andinistas, entre otros, interesados en el paisaje natural. Sin embargo, esta descripción es bastante general e imprecisa debido a que la comuna no cuenta con una hoja de registro que le permita confirmar esta información.

Durante las visitas de campo se ha observado que, efectivamente, familias y diferentes grupos de deportistas llegan a la laguna, pero no se ha podido determinar su origen, preferencias, edad, género, entre otros. Estos datos permitirían a la comuna conocer a su consumidor para generar la oferta que este desea y garantizar la comercialización y aceptación del destino.

Por lo tanto, se considera importante la implementación de un sistema de registro que se lleve a cabo en la boletería al ingreso de la laguna. Este sistema debe incluir el compromiso del personal de boletería para asegurar su cumplimiento y la veracidad de la información en el mismo.

El registro debe realizarse todos los días y, dependiendo del caso, este puede ser llenado por el personal o por el turista. Se recomienda realizar este registro al menos

un año para obtener datos suficientes y efectuar un análisis para definir con exactitud el perfil del cliente y finalmente trabajar en la oferta que genere mayor interés. Además, es importante explicar al turista el porqué del registro así se sentirá seguro al momento de proporcionar la información. A continuación, se muestra un modelo del registro.

3.2.2.2 Desarrollo de la comercialización a través de eventos

El proceso de comercialización de la laguna debe estar respaldado por actividades y eventos atractivos para turistas locales y extranjeros. En los últimos años, quienes viajan por placer no compran servicios, sino experiencias inolvidables que pueden aportar valor en forma de emociones, vivencias y sensaciones (Quiñonez et al., 2019). Por lo tanto, es necesario crear experiencias de calidad atractivas para cumplir las expectativas del turista e incentivarlo a adquirir el destino Laguna Curiquingue por primera vez e incluso motivarlo a visitar el lugar nuevamente.

Se considera que desarrollar eventos es una buena opción para dar a conocer el destino y promover su venta. Sin embargo, primero es importante establecer bases fuertes mediante la mejora de las actividades existentes y la inclusión de nuevas, como las propuestas en este trabajo. Con ello, el destino forjará buenas experiencias y conocerá las preferencias de los turistas. En este contexto, la Laguna Curiquingue debe organizar eventos basados en los servicios preferidos por sus visitantes.

La planificación del evento es muy importante para evitar la pérdida de recursos o mostrar una imagen negativa del destino, su meta debe ser promocionar el lugar y generar ganancias. El evento puede contar con patrocinadores para disminuir la inversión de la comuna, además, estos deben tener un valor agregado que motive a las personas a asistir.

La fecha de los eventos es clave para que exista una numerosa concurrencia, por ello, los feriados serían una gran opción. Previo al desarrollo del evento, es fundamental elaborar un cronograma para organizar las tareas y actividades a realizar tanto por parte del personal como de los turistas y así aprovechar el tiempo de la mejor manera posible.


De esta manera, se sugiere la planificación y realización de torneo de pesca deportiva, debido a que las condiciones del lugar y las preferencias de los turistas indican que este tipo de evento tendría gran acogida. Además, en el caso de implementar la actividad de kayak, se podría realizar un evento de inauguración donde exista un horario especial para realizar la actividad de forma gratuita.

Figura 59

Evento de pesca deportiva

Figura 60

Evento de inauguración de kayak




Torneo de Pesca Deportiva

sáb, 30 jul | Laguna Curiqingue

Inscribirse

Nota. Elaboración propia.



Kayakeando

dom, 26 jun | Laguna Curiqingue

Details

Nota. Elaboración propia.

3.2.2.3 Comercialización electrónica: Sitio web de la Laguna Curiqingue

El modelo de sitio web se realizó en la plataforma Wix. La primera imagen que se despliega en la pantalla (Figura 61) está compuesta por el encabezado Laguna Curiqingue, el lema “Disfruta de los andes ecuatorianos”, el menú de inicio, una fotografía panorámica del destino y un botón de contacto. Se usó el nombre actual del proyecto y se creó un lema que va acorde con el destino, en este caso los andes, debido a que, las actividades, la gastronomía y la cultura del lugar son la muestra perfecta de la vida en las montañas.

En la parte derecha del encabezado se encuentra el menú del sitio que permite acceder directamente a información importante del lugar como actividades, información de la comuna, contacto y más. Se considera que estos accesos directos son relevantes para el cliente porque contienen información importante que refleja la identidad del proyecto. Todo esto acompañado de un botón de contacto con un texto amigable que permite a los usuarios pedir información rápidamente si así lo desean.

Figura 61

Vista previa de la página de inicio del sitio web de la Laguna Curiquingue



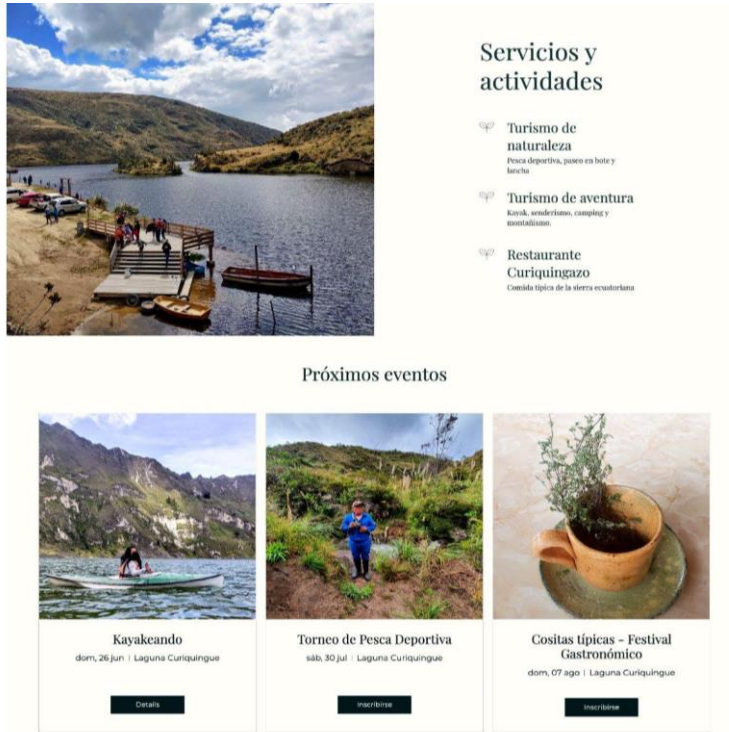
Nota. Fuente: Elaboración propia en la plataforma Wix.com.

La información del sitio web fue hecha con base al conocimiento adquirido a través de las visitas de campo y entrevistas realizadas. El modelo sugiere crear una página de inicio que incluya una descripción y fotografías grandes de alta calidad para que el cliente se sienta conectado con el lugar al observar la imagen y, por ende, desee visitarlo.

Así mismo, en el centro de la página de inicio se colocó una foto del lugar para apoyar la explicación de los servicios, como el restaurante, y de las actividades de turismo de naturaleza y aventura (figura 62). Además, se presenta un modelo de tres eventos que se podrían realizar en el lugar.

Figura 62

Vista previa del centro de la página de inicio del sitio web

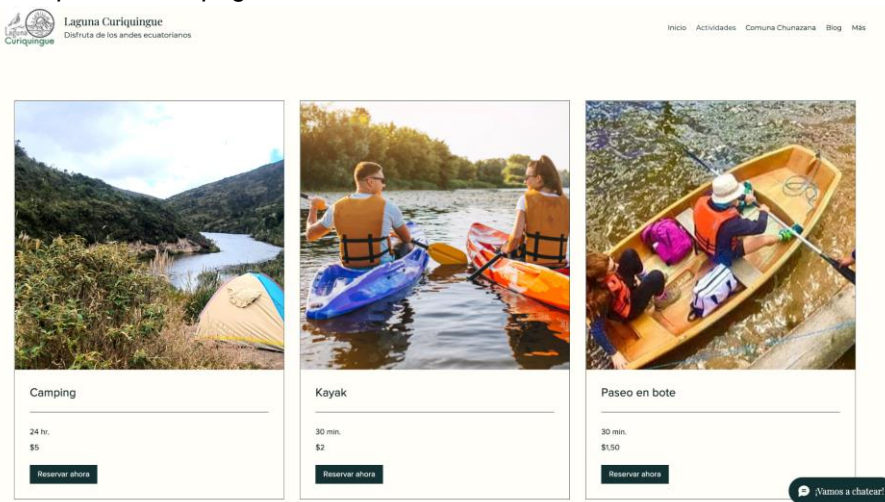


Nota. Fuente: Elaboración propia en la plataforma Wix.com.

De esta manera, en esta sección se incluyen los accesos directos para comprar los servicios e inscribirse a los eventos a través del sitio. En servicio y actividades el acceso directo redirecciona al turista a la página de actividades (figura 63). Donde se muestra una fotografía, el costo, la duración de la actividad y el botón para reservar.

Figura 63

Vista previa de la página actividades del sitio web



Nota. Fuente: Elaboración propia en la plataforma Wix.com.

Si el sitio web de la Laguna Curiquingue tiene buena organización y cuenta con los detalles necesarios para conocer y comprar el destino, la posibilidad de captar potenciales clientes aumenta. De esta manera, la comuna sabrá la cantidad y el horario de los visitantes para organizar mejor las actividades e incluso el servicio del restaurante. A futuro, se debe abrir la opción de reservaciones durante la semana para asegurar que los usuarios cuenten con diferentes opciones de horarios.

Así mismo, en la parte de próximos eventos se incluyen un botón con accesos directos a cada evento como, por ejemplo, a la página de inscripción del Torneo de pesca deportiva. Allí se detallan la fecha, los premios, la ubicación, el horario y el botón para acceder a la página del pago de la inscripción.

Figura 64

Vista previa de los detalles del evento



Nota. Fuente: Elaboración propia en la plataforma Wix.com.

Si el turista desea inscribirse, debe completar la ficha con sus datos personales para garantizar su participación en el evento y asegurar su cupo en el torneo sin importar donde se encuentre.

Figura 65

Vista previa del formato de inscripción

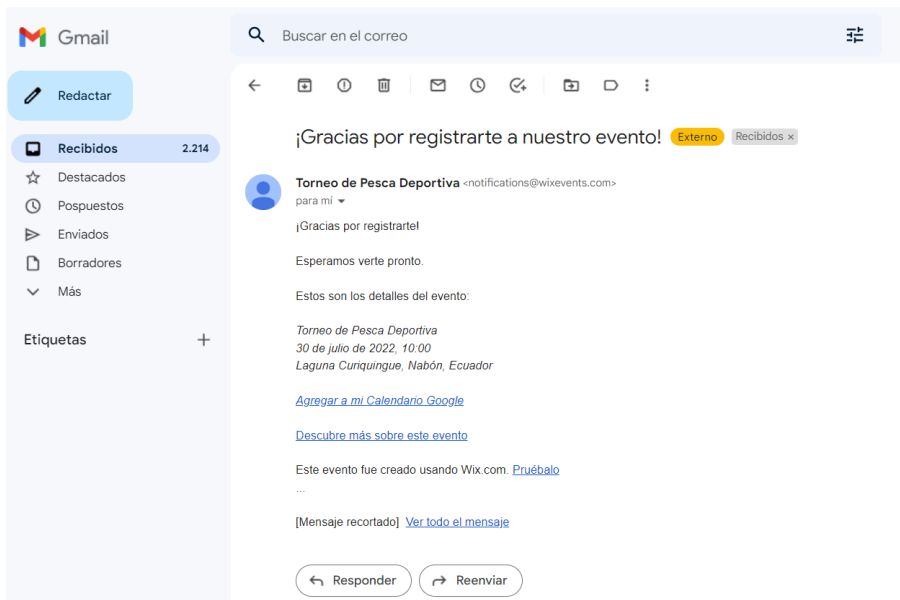
The screenshot shows a registration form for the 'Torneo de Pesca Deportiva' at Laguna Curiquingue. The form is titled 'Agrega tus datos personales' and includes input fields for 'Nombre', 'Apellido', and 'Email'. A dark green 'ENVIAR' button is at the bottom. To the right, a box displays the event details: 'Torneo de Pesca Deportiva', '30-jul 10:00', and 'Laguna Curiquingue'. A chat button with the text '¡Vamos a charlar!' is located in the bottom right corner.

Nota. Fuente: Elaboración propia en la plataforma Wix.com.

Luego de completar la información y el pago necesario para inscribirse el usuario recibirá una confirmación a la cuenta de Gmail proporcionada en el formato de datos personales.

Figura 66

Vista previa del email de confirmación de la inscripción en el evento.



Nota. Fuente: Sitio web Laguna Curiquingue, 5 de julio de 2022.

Finalmente, al pie de la página principal se encuentra el horario de atención y la información de contacto en caso de que los turistas deseen otros datos del destino o detalles adicionales no incluidos en la página.

Figura 67

Pie de página del sitio web



Nota. Fuente: Elaboración propia en la plataforma Wix.com.

3.3 Estrategias de marketing en torno al kayak y senderismo en conjunto con las actividades preexistentes.

3.3.1 Revisión bibliográfica

La promoción de la oferta es muy importante para que un proyecto tenga éxito y sea rentable. Las redes sociales y canales digitales pueden ser buenas herramientas para la comunicación y promoción turística efectiva (Castillo y Castaño, 2015). Las redes sociales permiten a las empresas mantener un contacto directo a largo plazo con los consumidores, incrementar las ventas, forjar vínculos comerciales y una buena reputación (Giray et al., 2019).

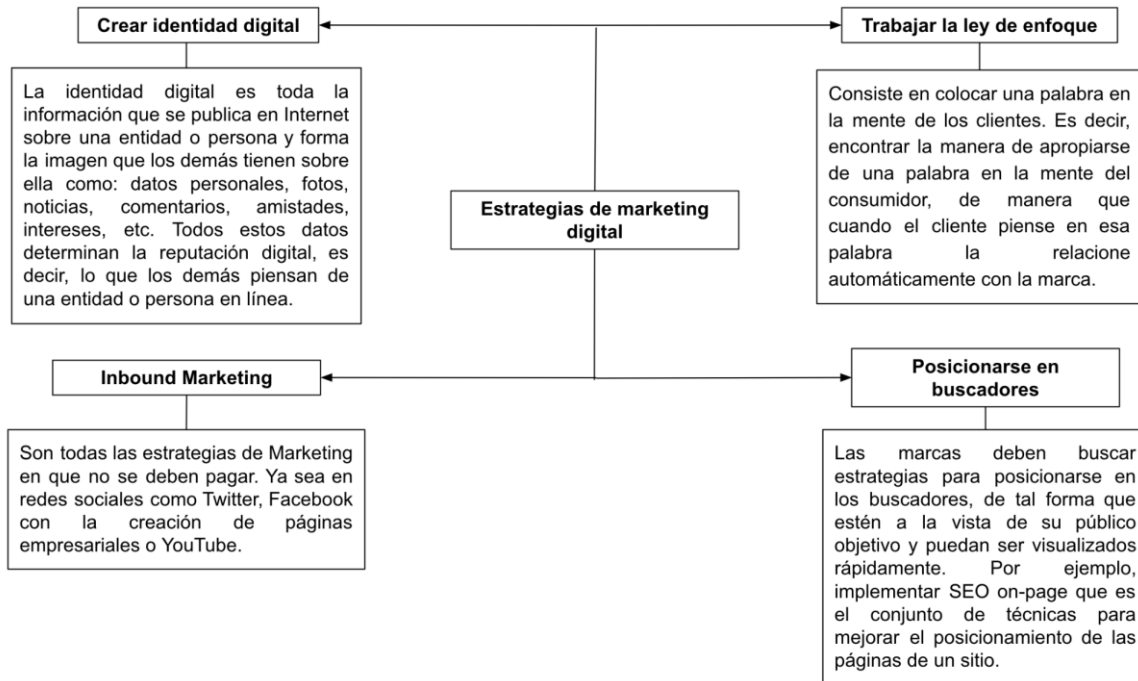
En la actualidad, muchas empresas utilizan el marketing digital porque es una herramienta que proporciona comunicación constante con los clientes a través de diferentes canales y estrategias que posicionan a una empresa en el mercado (Troya et al., 2019). El marketing digital es una tendencia que comprende el comportamiento del consumidor y los cambios que tiene, este tipo de marketing actúa bajo estrategias donde los consumidores encuentran el contenido y tienen la opción de compartirlo con sus círculos sociales (Viteri et al., 2018). Esta posibilidad

amplía el alcance de las publicaciones de un sitio web o red social y para la Comuna Chunazana sería una excelente forma de darse a conocer.

De esta manera, las estrategias de marketing que se presentarán a continuación se basarán en el marketing digital.

Figura 68

Estrategias de marketing digital



Nota. Fuente: Andrade, 2016. Elaboración propia.

De acuerdo a la bibliografía revisada se recomienda lo siguiente:

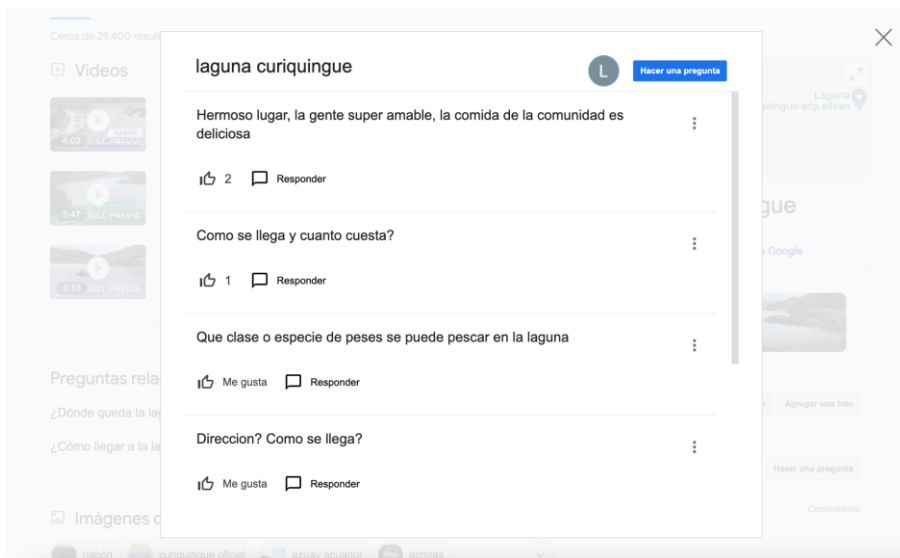
3.3.2 Estrategias de marketing digital

3.3.2.1 Crear identidad digital

Esta estrategia es sumamente importante porque define la reputación buena o mala de un lugar. Es esencial que quienes administren la laguna estén pendientes de los comentarios, recomendaciones o preguntas que existan en la web sobre el lugar. Por ejemplo, al buscar en la web “Laguna Curiquingue” y dirigirse al sitio web de Google Maps existen muy buenas reseñas del lugar. Sin embargo, la última reseña fue escrita hace más de 7 meses y existen preguntas realizadas por diferentes personas que no tienen respuesta.

Figura 69

Preguntas sobre la Laguna Curiquingue en Google Maps



Nota. Fuente: Google Maps, s.f.

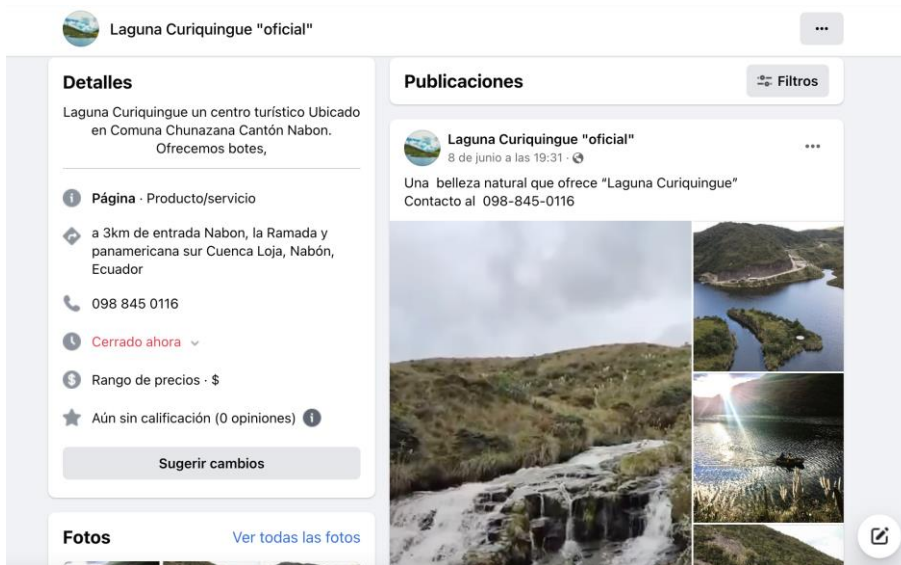
Por ello, se recomienda la creación de un perfil de Google para solventar dudas e interactuar con posibles clientes por este medio; esto contribuirá a crear una imagen amistosa e interesada en brindar sus servicios. Además, permitirá que más personas conozcan información básica del lugar. Finalmente, en el perfil de Google Maps se deberían añadir etiquetas como horarios de atención, contactos, links a perfiles de redes sociales y una descripción del lugar, así como las actividades que se pueden realizar allí.

Por su parte, en la red social Facebook, la comuna cuenta con un perfil llamado Laguna Curiquingue "oficial" (Figura 70). Este perfil cuenta con cierta información del lugar, no obstante, se podría incluir una mejor descripción de las actividades que ofrece, colocar un rango de precios e información de la oferta gastronómica.

La página de Facebook de la laguna no cuenta con una calificación en estrellas, esto es un indicio que los turistas que visitan el lugar no realizan un feedback de su visita. Por lo tanto, los futuros visitantes no cuentan con ninguna referencia buena o mala antes de visitar el lugar. De esta manera, es vital que en la Laguna Curiquingue exista un buen servicio hacia el turista y se le informe de la existencia de la página de Facebook, esto con el fin de forjar una identidad digital buena que sirva como referencia para futuros visitantes. En consecuencia, los turistas tendrán una buena experiencia con el lugar desde el medio digital.

Figura 70

Perfil de Facebook en la Laguna Curiquingue



Nota. Fuente: Laguna Curiquingue “Oficial”, s.f.

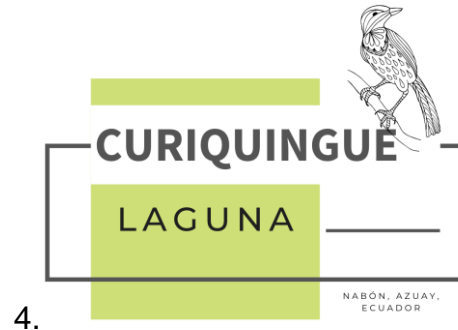
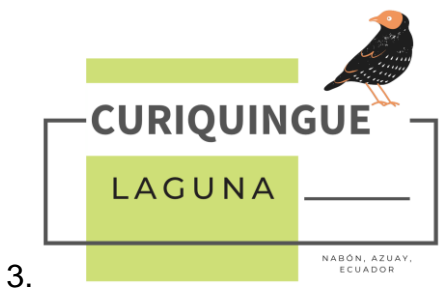
3.3.2.2 Trabajar en la ley de enfoque

Para trabajar de manera efectiva en la ley de enfoque, primero se debe crear una palabra o lema para que el cliente identifique al lugar. En la actualidad, en la provincia del Azuay, la Laguna Toreadora del Parque Nacional El Cajas y la Laguna de Busa del cantón San Fernando son conocidas en el mercado turístico y reciben gran cantidad de turistas. La Laguna Curiquingue es similar a estos sitios por el ambiente, características y actividades que ofrece, sin embargo, podría enfocarse en ciertas cosas para marcar una diferencia.

Para la Laguna Curiquingue, un sitio natural, se recomienda potencializar la misma laguna, pero con el plus del kayak que se propone en el presente trabajo de titulación. Es decir, resaltar la actividad de kayak de la cual no existe oferta en ninguna otra laguna del Azuay; se debería posicionar al lugar como un destino turístico de aventura y con el paso del tiempo se podrían implementar nuevas actividades de aventura. Como otra opción, se consideraría impulsar la palabra “Curiquingue”, nombre actual de la laguna, como un sello de identidad ligado a la fauna existente en el lugar con el ave Curiquingue y también a la gastronomía con el “Curiquingazo”, que es una bebida con licor típica de la zona. De este modo, se sugiere crear un logo que represente a la Laguna Curiquingue y se incluya en toda la promoción digital que se haga del sitio, y así generar una marca o palabra para identificarse.

Figura 71

Modelos de logo



Nota. Fuente: Elaboración propia en la plataforma Canva.

3.3.2.3 Inbound Marketing

El inbound marketing es mucho más que solo crear perfiles en sitios gratuitos, se trata de ser audaz en el manejo de estos perfiles y convertir en potenciales compradores a quienes visiten las páginas. Por ejemplo, esto se podría lograr mediante un plan de publicación de contenido que sea llamativo e informativo.

Existen diferentes redes sociales en donde publicar sobre un tema o un lugar no tiene costo. Por el momento, la Laguna Curiquingue cuenta solamente con la página de Facebook antes mencionada, sin embargo, se debería aprovechar otras redes como Instagram y Tik Tok que tienen gran alcance y herramientas para promocionar un lugar.

Por ello, se recomienda crear un perfil de Instagram y Tik Tok de la Laguna Curiquingue para crear nuevos canales de promoción. No obstante, si se crean estos perfiles, las publicaciones deben ser continuas y, de ser posible, regirse a un plan de publicación. Además, se sugiere usar la plataforma Canva para elaborar los posts, debido a su facilidad de manejo y su acceso a diversas herramientas de edición.

Como recomendación de publicaciones se presentan los siguientes modelos:

Figura 72

Modelo de publicación de Facebook

Figura 73

Modelo de publicación de Instagram



Nota. Fuente: Elaboración propia en la plataforma Canva.

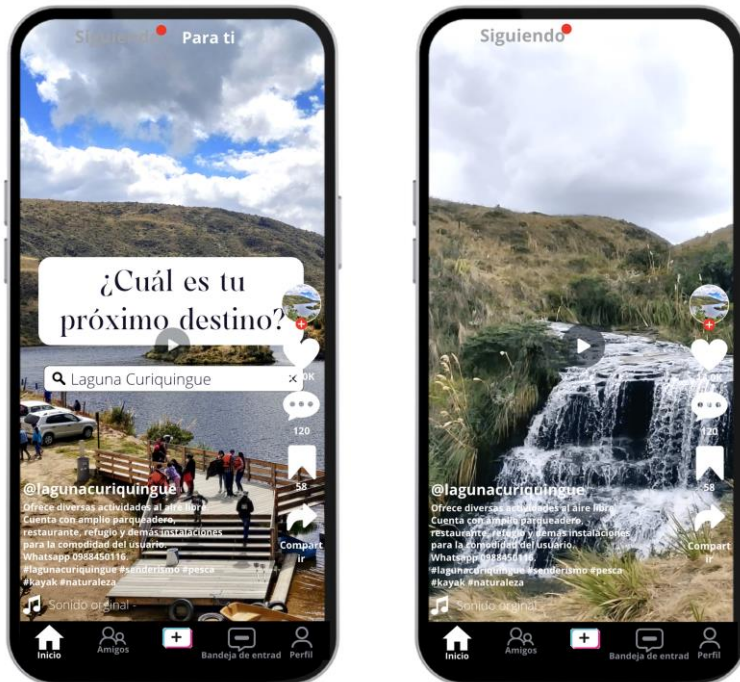


Nota. Fuente: Elaboración propia en la plataforma Canva.

Para Facebook e Instagram se recomienda elaborar publicaciones con imágenes llamativas y evitar el uso excesivo de texto. Siempre se debe proporcionar un número de contacto para resolver las dudas de posibles compradores, así como estar pendiente de los comentarios por si existen preguntas con respecto a los servicios.

Figura 74

Modelo de publicación de Tik Tok



Nota. Fuente: Elaboración propia en la plataforma Canva.

Para la plataforma Tik Tok, se recomienda realizar publicaciones con videos llamativos y de alta calidad, no se deben utilizar canciones abrumadoras o de contextos diferentes a lo que se está mostrando. También, se debe evitar colocar filtros excesivos y finalmente, es importante realizar publicaciones continuas e incentivar a los turistas a visitar las páginas oficiales de la laguna en las diferentes redes sociales.

Para Facebook, Instagram y Tik Tok se sugiere hacer uso del hashtag (#) en palabras clave como presentan los modelos. El hashtag es una manera de llegar al público y permite que el contenido sea más fácil de encontrar en las redes sociales, permitiendo aumentar la audiencia.

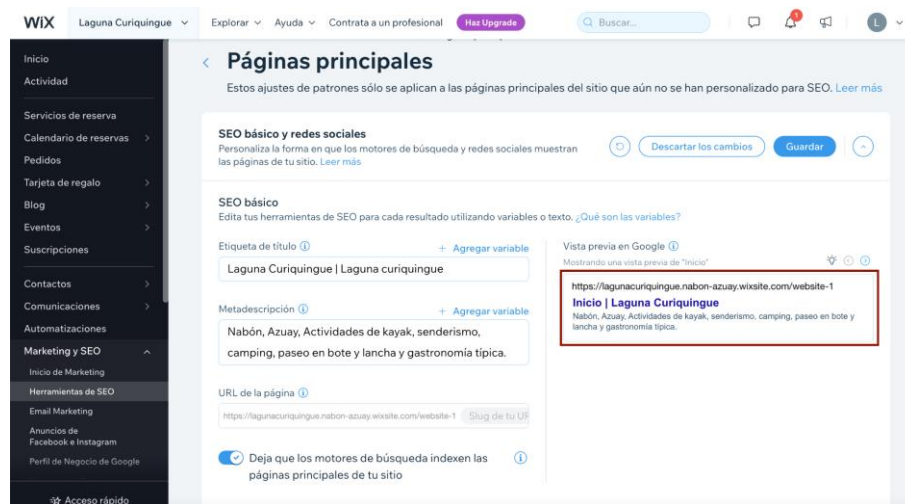
3.3.2.4 Posicionarse en buscadores

Existen diferentes maneras de posicionarse en buscadores, sin embargo, algunas de estas presentan un costo que se pagará de manera mensual como Google Ads. Esta plataforma permite crear anuncios y la posibilidad de ser la primera opción que aparezca cuando alguien busque servicios relacionados a los que determinada empresa ofrece. No obstante, existen otras formas de posicionarse en los diferentes buscadores como utilizar diferentes tipos de palabras clave mediante técnicas de SEO-on-page para optimizar la página web. Esto permite que los motores de búsqueda conecten la página con las búsquedas relevantes brindándole posicionamiento.

Como se mostró en el punto de estrategias de comercialización, se propone crear el sitio web en la plataforma Wix.com donde se puede aplicar el SEO-on-page en la opción Marketing y SEO. Aquí se realizarán configuraciones básicas como colocar una etiqueta de título y una meta descripción relacionada al nombre de la laguna y a las actividades que ofrece como se muestra en la Figura 75. De manera que, estos textos y palabras sean un indicio cuando las personas busquen en Google lugares donde realizar actividades de aventura en el Azuay.

Figura 75

SEO-on-page en la plataforma Wix para la página web

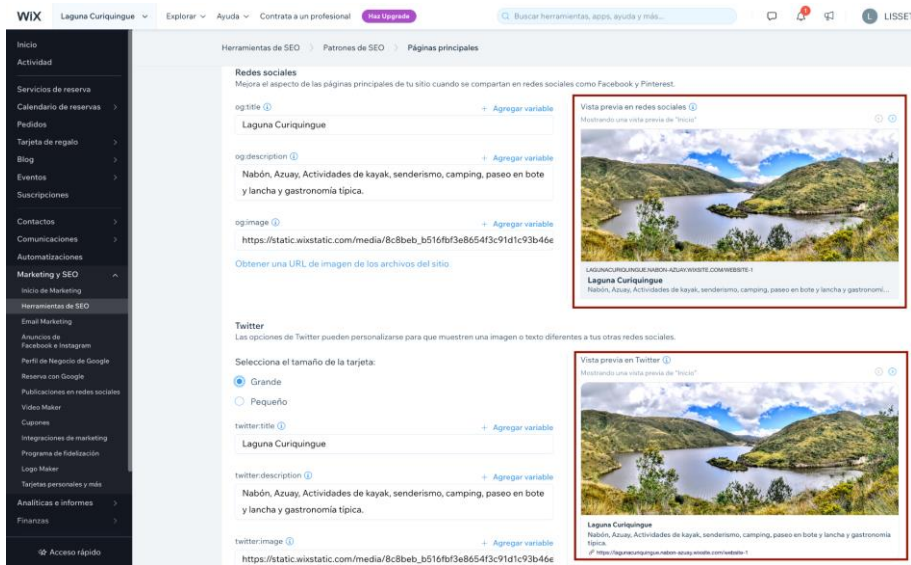


Nota. Fuente: Segovia, 2022.

Además, la plataforma Wix.com también brinda la opción de aplicar SEO-on-page cuando se comparte la página en redes sociales como Facebook y Twitter. De la misma manera, se sugiere llenar los campos de título y descripción con palabras claves alusivas al servicio que se ofrece y colocar una imagen llamativa del atractivo.

Figura 76

SEO-on-page en la plataforma Wix para redes sociales



Nota. Fuente: Segovia, 2022.

Poner en práctica la estrategia de SEO-on-page, le brindará a la comuna la posibilidad de posicionar la página web de la laguna en las búsquedas de internet que realizan los turistas en busca de destinos para visitar.

Conclusiones

En la realidad actual del turismo, donde los turistas optan por visitar destinos diferentes y alejados frente a otros generalmente concurridos, se considera que los proyectos turísticos realizados en áreas rurales tienen gran potencial.

Tal como se expuso en el presente trabajo de titulación, la Comuna Chunazana cuenta con los recursos necesarios y el potencial turístico para impulsar su proyecto en la Laguna Curiquingue a través de la diversificación de actividades. Es decir, la implementación de nuevas actividades de turismo de aventura es posible e ideal para diferenciar el proyecto de otros destinos. A pesar de que esta opción constituye una inversión, se considera que aportaría al progreso y fortalecimiento del proyecto.

Así pues, mediante las entrevistas realizadas, se evidenció el interés de los comuneros en trabajar en el proyecto y aprender. Además, en las visitas de campo se constató que el territorio de la laguna cuenta con las características físicas y servicios turísticos para desarrollar las actividades de kayak y senderismo. Por ello, en conjunto con la propuesta de dos senderos nuevos y la ruta de kayak se expusieron consejos y recomendaciones a seguir para su implementación y el mejoramiento de la infraestructura existente. Además, la descripción de la teoría realizada por las autoras, la definición de las rutas y las visitas de campo realizadas en conjunto con el personal de la laguna, servirán de referencia e incentivo para aplicar la propuesta o desarrollar nuevas ideas en un futuro basadas en conocimiento técnico.

Finalmente, las estrategias de operación, comercialización y marketing presentadas son un gran complemento para que la implementación de la propuesta se integre e impulse el proyecto actual. Estas estrategias se basan en el uso de herramientas tecnológicas de fácil acceso aplicadas al contexto social de la comuna.

En definitiva, contar solamente con los recursos económicos no garantiza la funcionalidad de un proyecto. Por ello, la comuna debe trabajar desde la organización comunitaria interna y, por ende, en la planificación del proyecto antes, durante y después de la implementación con enfoque en los intereses del cliente y sin afectar el ambiente natural que ofrece la laguna.

Recomendaciones

Es importante que los comuneros conozcan y entiendan el sistema turístico para ser capaces de trabajar por sí solos y desarrollar su proyecto de manera efectiva. Se debería incentivar a las nuevas generaciones de la comuna a estudiar y aprender sobre turismo, y de esta manera involucrar a la población y trabajar por un bien común.

Además, se recomienda fortalecer la identidad cultural y la apropiación de los recursos naturales y culturales en la comuna. El turismo es una actividad de personas para personas, los comuneros son la imagen del proyecto, por lo tanto, deben conocer primero lo suyo para poder compartirlo con los visitantes.

Se sugiere que la comuna cree redes de trabajo con entidades externas como la academia, el Ministerio de Turismo y plataformas digitales para acceder a la asignación de diversos recursos y capacitaciones en beneficio de su proyecto. Estas capacitaciones les permitirán desarrollar sus habilidades en temas turísticos y sociales que fomentarán no solo el desarrollo del proyecto sino también de la comuna. Así también, la creación de una red de turismo rural con otras comunidades y establecimientos turísticos del cantón, le permitiría al destino tener una oferta amplia y consolidarse como un lugar de estadía y no de paso.

Finalmente, en el caso de implementar nuevas actividades o infraestructura en el proyecto de la laguna, se recomienda la contratación de un profesional en el área turística para asesorar los procesos de planificación, implementación y desarrollo.

Bibliografía

- Aguirre, T. (2018). *Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos: Laguna Curiquingue*. (Versión 16.62) [Microsoft Excel]. Ministerio de Turismo.
- Andrade, D. (2016). Estrategias de marketing digital en la promoción de Marca Ciudad. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (80), 59-72. <https://www.redalyc.org/pdf/206/20645903005.pdf>
- Arechavaleta, E. (2015). Estrategias de comercialización. En M.E Ramírez (Ed.), *Tendencias de Innovación en la Ingeniería de Alimentos*. Barcelona, España: OmniaScience. 169-195. <http://dx.doi.org/10.3926/oms.292>
- Banco Mundial. (2022). Personas que usan Internet (% de la población): Unión Internacional de Telecomunicaciones, Informe sobre el Desarrollo Mundial de las Telecomunicaciones/TIC y base de datos. <https://datos.bancomundial.org/indicador/IT.NET.USER.ZS>
- Béki, P. (2018). *Water sports on the Hungarian sports tourism market* [Deportes acuáticos en el mercado de turismo deportivo húngaro]. IRI Conference, Párkány. <https://doi.org/10.18427/iri-2018-0060>
- Cañada, E. (2015). La comercialización del turismo comunitario en América Latina. *Anuario de Estudios Centroamericanos*. 41. 159-189. [10.15517/aeca.v41i1.21845](https://doi.org/10.15517/aeca.v41i1.21845).
- Casanueva, C., y Gallego, M. (2016). *Dirección y organización de empresas turísticas* (2.ª ed.). Ediciones Pirámide. ISBN 978-84-368-3522-9
- Castillo M., y Castaño V. (2015). Innovación en la promoción turística en medios y redes sociales. Un estudio comparativo entre destinos turísticos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(3), 755-775 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5276637>
- Castillo, L. (29 de marzo del 2019). 140 familias de Nabón apuestan por la gastronomía y el turismo en Azuay. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/tendencias/turismo/familias-nabon-gastronomia-turismo-azuay.html>
- Comuna Chunazana. (2008). Estatuto de la Comuna Chunazana. s.ed.
- Consejo de Gobierno de la Comuna Chunazana Nukanchi Allpa Mama. (s.f). [Mapa del territorio de la Comuna Chunazana donde se encuentra la Laguna Curiquingue]

- Giray, F., Kadakoğlu, B., Çetin, F., y Bamoi, A., (2019). Rural tourism marketing: Lavender tourism in Turkey [Marketing de turismo rural: turismo de lavanda en Turquía]. *Ciência Rural*, 49(2). doi:10.1590/0103-8478cr20180651
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Nabón. (2014). Plan de Ordenamiento Territorial del cantón Nabón. Diagnóstico y diagnóstico integrado. http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0160001080001_PDOST%20NABON%202014_15-03-2015_09-37-55.pdf
- Gomes, B., Ramos, N., Conceição, F., Sanders, R., Vaz, M., y Vilas-Boas, J. (2020). Paddling time parameters and paddling efficiency with the increase in stroke rate in kayaking [Parámetros de tiempo de remado y eficiencia de remado con el aumento de la frecuencia de brazadas en kayak]. *Sports Biomechanics*, 1–9. doi:10.1080/14763141.2020.1789204
- Google Maps. (2022). Laguna Curiquingue. <https://www.google.com/maps/place/laguna+curiquingue/@-3.2379564,-79.1129303,14z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x91ccc3763028c3ed:0x2ce6be1e55380524!8m2!3d-3.2379566!4d-79.0954207>
- Hudson, S. y Beedie, P. (2006). From Inuits in Skin Boats to Bobos on the High Seas: The Commodification of Sea Kayaking Through Tourism [De los inuits en botes de piel a los bobos en alta mar: la mercantilización del kayak de mar a través del turismo]. *Tourism in Marine Environments*, 2(2), 65–77. doi:10.3727/154427306779436282
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2021). Boletín Técnico Indicadores de tecnología de la información y comunicación, (4). https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2020/202012_Boletin_Multiproposito_Tics.pdf
- Laguna Curiquingue “Oficial”. (s.f). *Perfil [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 10 de junio del 2022, de <https://www.facebook.com/profile.php?id=100077351771141>*
- Larrosa, J., Cruz, G., y Sayay, S. (2020). Las tendencias de la organización empresarial. *Revista De Investigación Formativa: Innovación Y Aplicaciones Técnico - Tecnológicas*, 2(1), 56-63. <https://doi.org/10.34070/rei.v2i1.215>
- Lechner, L. (2004). *Planificación, Construcción y Mantenimiento de Senderos en Áreas Protegidas*. Red Rosé Press. https://ppduruguay.undp.org.uy/wp-content/uploads/2020/10/Trail_manual_es-Lechner.pdf

- López, J., Chica, A., Arcila, M., Azzarionhi, A., y Soto, A. (2010). Modelo de análisis de páginas Web turísticas en Andalucía. *Historia Actual Online*, (22), 185-200. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3671383>
- Malo, S. y Reyes, M. (2016). *Propuesta e implementación de la fase 1 de la zona de camping en la Laguna Curiquingue* [Tesis de licenciatura, Universidad del Azuay]. <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/5536>
- Medina, F. y Sánchez, R. (2005). Actividad físico-deportiva, turismo y desarrollo local en España. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 3(1), 97-107. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2005.03.006>
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2020). *Tendencias del mercado de turismo post pandemia*. <https://www.proecuador.gob.ec/tendencias-del-mercado-de-turismo-post-pandemia/>
- Ministerio de Transporte y Obras Públicas. (16 de agosto de 2021). Red Vial Estatal dinamiza el turismo de Nabón, en Azuay. <https://www.obraspublicas.gob.ec/red-vial-estatal-dinamiza-el-turismo-de-nabon-en-azuay/>
- Ministerio de Turismo. (2019). *Kayak Ecuador 4 worlds enjoy*. [Infografía] <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/04/KAYAK-optimizada.jpg>
- Ministerio de Turismo. (2020). *Facilidades turísticas senderos*. (1.^a ed.). https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2021/06/MANUAL-DE-FACILIDADES-DE-SENDEROS_compressed.pdf
- Ministerio de Turismo. (2020). *Manual de señalización turística*. (2.^a ed.) https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/MANUAL-SENALETICO-ok-2020_compressed.pdf
- Ministerio de Turismo. (2020). Reglamento de operación turística de aventura. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/08/Reglamento-de-Operacio%CC%81n-Turi%CC%81stica-de-Aventura-2020.pdf>
- Nordbø, I., Engilbertsson, H., y Vale, L. (2014). Market Myopia in the Development of Hiking Destinations: The Case of Norwegian DMOs [La miopía del mercado en el desarrollo de destinos de senderismo: caso de las organizaciones noruegas de marketing de destinos]. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 23(4), 380–405. doi:10.1080/19368623.2013.827608

- Oliveira, C., Chimi, A., Medina, P., y dos Santos Junior, A. (2015). El senderismo como dinamizador de la competitividad del destino turístico: Un análisis de las oportunidades de la ciudad de Pelotas, RS, Brasil. *Rosa Dos Ventos-Turismo E Hospitalidade*, 7(4), 506-525. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=473547038004>
- Pérez, J. (2016). *Operaciones y gestión de empresas turísticas* (Vol. 4). Editorial Universidad Almería. ISBN 978-84-16642-22-9
- Phillips, V., Hernández, M., y Zárate, J. (2014). *Manual para la modificación de senderos interpretativos en ecoturismo* (R. Tschida, Ed.). <http://www.ecoingenieros.com.ar/lc/bibliografia/manual%20senderos%20interpretativos-mexico%20.pdf>
- Quiñonez, M., Tapia, J., y Andrade, D. (2019). La utilidad de las TIC en el turismo comunitario. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 4(11), 67-92. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3671383>
- Salango kayaks. (2022). Kayak: precios. <http://www.salangokayaks.com/>
- Salehi, F., Abdollahbeigi, B., Langroudi, A., y Salehi, F. (2012). The impact of website information convenience on e-commerce success of companies [El impacto de la conveniencia de la información del sitio web en el éxito del comercio electrónico de las empresas]. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 57, 381-387. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.1201>
- Segovia, S. (Junio, 2022) Sitio Web de la Laguna Curiquingue. <https://sofiasegovia5.wixsite.com/website-1>
- Torrallas, A. y Lamoth, L. (2022). *El emprendimiento corporativo en Cuba, reto en la relación Universidad-Empresa* [Tesis de licenciatura, Universidad de Holguín]. <https://repositorio.uho.edu.cu/handle/uho/7855>
- Troya, K., Camacho, J., Encalada, G., y Sandoya, L. (2019). El marketing digital en las empresas de Ecuador. *Journal of Science and Research*, 4(1), 1-10. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7368338>
- Viteri, F., Herrera, L., y Bazurto, A. (2018). Importancia de las técnicas del marketing digital. *RECIMUNDO: Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento*, 2(1), 764-783. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6732914>
- Wix.com. (2022). *Líderes en creación de Páginas Web*. <https://es.wix.com/about/us>

Zárate, E., Ludeña, I., y Rojas, V. (2014). Diferencias de las características físicas, químicas y biológicas de dos lagunas de diferente edad y formación, de la Sierra Sur del Ecuador [Tesis de licenciatura, Universidad del Azuay]. <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/3592>

Anexos

Anexo 1. Modelo de entrevista semiestructurada dirigida a autoridades del GAD

Entrevista Semiestructurada

Entrevistado:

Fecha:

1. ¿Cuáles son sus funciones dentro del GAD de Nabón?
2. ¿Conoce usted el proyecto turístico que existe en la Laguna de Curiqingue y quienes lo manejan?
3. ¿Qué piensa usted sobre el proyecto en general y sobre su gestión de manejo turístico?
4. ¿Cree usted que existen aspectos que se podrían mejorar en torno al proyecto turístico?
5. A su parecer, ¿considera que las instalaciones ubicadas cerca de la laguna son aptas para atender las necesidades de los turistas que visitan la laguna?
6. ¿Cree usted que las actividades turísticas que se desarrollan actualmente en la laguna Curiqingue cumplen con las expectativas de los visitantes?
7. En su opinión, ¿existe suficiente promoción turística del proyecto y de las actividades que se pueden realizar en el lugar?
8. En el contexto COVID-19, ¿Cuánto cree usted que ha afectado la pandemia al desarrollo del proyecto turístico?

Anexo 2. Modelo de entrevista semiestructurada dirigida al personal de la laguna

Entrevista semiestructurada

Entrevistado: Magaly Yunga y Claudio Charqui (Personal operativo y administrativo del proyecto)

1. ¿Cuáles son sus funciones dentro del proyecto turístico en la Laguna de Curiquingue?
2. ¿Qué piensa usted del proyecto en general y su actual funcionamiento?
3. A su parecer, ¿Considera que existen aspectos a mejorar en general en el proyecto? ¿Cuáles son?
4. Con respecto a las visitas que recibe la Laguna de Curiquingue, ¿Cuál cree usted que es la principal motivación para visitar el sitio?
5. ¿Las visitas a la Laguna de Curiquingue tienen estacionalidad, es decir, existe mayor afluencia de visitas en meses en específico?
6. En su opinión, ¿Cree usted que las actividades turísticas que se desarrollan actualmente en la laguna Curiquingue cumplen con las expectativas de los visitantes?
7. ¿Conoce usted los medios de difusión y promoción turística que se utilizan para dar a conocer el lugar? ¿Cuáles son?
8. Con respecto a la pregunta anterior, ¿cree usted que se deberían mejorar las estrategias de difusión y promoción turística del proyecto?
9. En el contexto COVID-19, ¿Cuánto cree usted que ha afectado la pandemia al desarrollo del proyecto turístico?

Anexo 3. Modelo de entrevista semiestructurada dirigida al presidente del Cabildo de la Comuna Chunazana

Entrevista semiestructurada

Entrevistado: Alejandro Carchi (Presidente del Cabildo de la Comuna Chunazana)

1. ¿Cuáles son sus funciones dentro del proyecto turístico en la Laguna de Curiquingue?
2. ¿Qué piensa usted sobre el proyecto en general y sobre su gestión de manejo turístico?
3. En su opinión, ¿Cree usted que las actividades turísticas que se desarrollan actualmente en la laguna Curiquingue cumplen con las expectativas de los visitantes?
4. A su parecer, ¿considera que las instalaciones ubicadas cerca de la laguna son aptas para atender las necesidades de los turistas que visitan la laguna?
5. ¿Conoce usted los medios de difusión y promoción turística que se utilizan para dar a conocer el lugar? ¿Cuáles son?
6. Con respecto a la pregunta anterior, ¿cree usted que se deberían mejorar las estrategias de difusión y promoción turística del proyecto?
7. En el contexto COVID-19, ¿Cuánto cree usted que ha afectado la pandemia al desarrollo del proyecto turístico?

Anexo 4. Informe del Tribunal de Revisión

Santa Ana de los Ríos de Cuenca, 18 de enero de 2022

Magíster

Miguel Angel Galarza Cordero

DIRECTOR DE LA CARRERA DE TURISMO

Presente.-

De nuestras consideraciones:

Con un cordial saludo, mediante el presente documento ponemos en su conocimiento que el Tribunal designado para la revisión del diseño del trabajo de integración curricular: **Propuesta para la implementación de actividades de turismo de aventura: kayak y senderismo en la laguna Curiquingue del cantón Nabón, provincia del Azuay**, luego de la revisión correspondiente y de haber comprobado que las estudiantes han cumplido con las sugerencias solicitadas por el Tribunal, resolvió **APROBAR** el diseño de las estudiantes Lisseth Andrea Panza Sari y Sofía Carolina Segovia Cevallos.

Se han observado los siguientes aspectos:

1. Pertinencia del título y problema

El título es pertinente y guarda relación con los objetivos. Se expone de manera efectiva la magnitud del problema, así como los vacíos y aportes que brindará la investigación.

2. Presentación, redacción, ortografía, ordenamiento del trabajo

La presentación es acorde a los formatos establecidos, además la redacción es coherente, clara, concisa y ordenada. El documento no presenta faltas de ortografía.

3. Investigación bibliográfica y desarrollo del marco teórico

La bibliografía del documento es adecuada, utiliza literatura especializada en el tema. El desarrollo del marco teórico es coherente.

4. Correlación del marco teórico y el trabajo práctico

Existe correlación entre el marco teórico y el trabajo práctico.

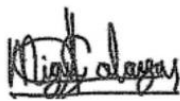
5. Relación del tema con los objetivos y la metodología

Los objetivos surgen a partir del problema y posteriormente estos se relacionan directamente con la metodología.

6. Cronograma y presupuesto

Cumple con los parámetros establecidos.

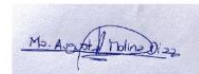
Atentamente,



Mg. Miguel Galarza Cordero
DIRECTOR



Mg. Guido Abad Vicuña
TRIBUNAL



Mg. María Augusta Molina
TRIBUNAL

Anexo 5. Diseño de Trabajo de Integración Curricular aprobado

Aprobado por el Consejo Directivo
26 de enero de 2022.

ANA LUCIA SERRANO
LOPEZ

Firmado digitalmente
por ANA LUCIA
SERRANO LOPEZ
Fecha: 2022.02.07
11:11:19 -05'00'



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD
CARRERA DE TURISMO

**PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACTIVIDADES DE
TURISMO DE AVENTURA: KAYAK Y SENDERISMO EN LA LAGUNA
CURIQUINGUE DEL CANTÓN NABÓN, PROVINCIA DEL AZUAY**

Línea de investigación: Gestión sostenible e innovación de recursos
naturales, ambientales y sociales con propósitos de turismo, ocio y recreación.

Campo específico de la UNESCO: 5306.99 Innovación Turística

**Proyecto de intervención previo a la obtención
del título de:** Licenciado/a en Turismo

LISSETH ANDREA PANZA SARI
SOFÍA CAROLINA SEGOVIA CEVALLOS

DR. MIGUEL ÁNGEL GALARZA CORDERO, MG

CUENCA - ECUADOR
Enero 2022

1. TÍTULO DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN

Propuesta para la implementación de actividades de turismo de aventura: kayak y senderismo en la laguna Curiquingue del cantón Nabón, provincia del Azuay.

2. NOMBRE DEL ESTUDIANTE / CORREO ELECTRÓNICO

Lisseth Andrea Panza Sari/ lissetha.panza@ucuenca.edu.ec

Sofía Carolina Segovia Cevallos/ sofia.segovia@ucuenca.edu.ec

3. RESUMEN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

La laguna Curiquingue es el atractivo en torno al cual la comunidad de Chunazana ha emprendido turísticamente. Sin embargo, este proyecto es manejado por la comunidad de manera empírica ocasionando ciertas falencias en el desarrollo del emprendimiento. Por esta razón, se presenta el siguiente estudio, que surge de la necesidad de diversificar la oferta turística de la comunidad de Chunazana para establecer un factor diferenciador ante otros destinos con características similares. El objetivo del estudio es proponer la implementación de las actividades de kayak y senderismo en la laguna Curiquingue. Para lograr aquello, se obtendrá un diagnóstico turístico mediante entrevistas semiestructuradas aplicadas a los actores del proyecto. Posteriormente, se determinarán los espacios, rutas y recorridos para la implementación de estas actividades además del presupuesto estimado para la implementación del proyecto. Finalmente, se diseñarán estrategias de comercialización y marketing para las actividades de kayak y senderismo en conjunto con las preexistentes.

4. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En el cantón Nabón de la Provincia del Azuay, algunas comunidades rurales le han apostado al turismo como oportunidad de desarrollo económico (GAD Municipal de Nabón, 2014). La comunidad de Chunazana posee el proyecto turístico comunitario en la laguna de Curiquingue desde el año 2016. Aquí se realizan actividades como pesca deportiva, paseos en bote, avistamiento de aves y fotografía.

Según el Ministerio de producción, comercio exterior, inversiones y pesca - MPCEIP- (2020), las nuevas tendencias del turismo post pandemia abren opciones a destinos rurales y distantes en lugar de los tradicionales y muy visitados. Por esta razón el proyecto turístico en la laguna Curiquingue tiene oportunidad de desarrollo. Sin embargo, dicho proyecto está en manos de la comunidad que carece de conocimientos en turismo. Esta limitante produce un manejo ineficiente de las actividades turísticas como la falta de diversificación. En consecuencia, no existe un factor diferenciador que incite a los turistas a preferir este destino antes que a otros similares dentro del Azuay. Según Medina y Sanchez (2005) las actividades que implican deporte son un importante atractivo complementario y diversificador para territorios con una oferta turística tradicional.

Por este motivo, se propone la implementación de actividades de turismo de aventura, senderismo y kayak. Senderismo, como una actividad complementaria para las actividades preexistentes, y kayak, como una actividad innovadora y factor diferenciador, dado que, en la provincia no existe un lugar con el equipamiento necesario in situ para practicarlo.

De esta manera, el presente trabajo de titulación tiene como objetivo principal desarrollar una propuesta para la implementación de las actividades de turismo de aventura: kayak y senderismo en la laguna Curiquingue.

Para lograr aquello, primero se diagnosticará la situación actual del turismo en la comunidad Chunazana. Posteriormente, se determinarán los espacios, rutas y recorridos que se utilizarán para las actividades de senderismo y kayak, además del presupuesto necesario para implementar el proyecto en el territorio de la laguna Curiqingue. Finalmente, se diseñarán estrategias de comercialización y marketing de las actividades de kayak y senderismo en conjunto con las preexistentes en la laguna Curiqingue.

5. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

Para llevar a cabo el presente proyecto de intervención es necesario conocer aspectos, conceptos e ideas clave que apoyarán al desarrollo y ejecución del mismo.

Se parte desde la conceptualización del turismo como factor que aporta al desarrollo. El turismo es parte importante del sector económico a nivel mundial (Moral y Orgaz, 2016). Para Ecuador, el turismo genera divisas, empleo y es un factor de redistribución de la riqueza integradora y complementaria en donde se incluyen diferentes actividades (Lopez y Freire, 2019).

Existen diferentes tipos de turismo, entre ellos se encuentra el turismo comunitario. Según Rodas, Sanmartín y Ullauri (2015) el turismo comunitario permite el desarrollo económico y social de una comunidad a través de la participación de todos sus integrantes y de la división justa de responsabilidades y derechos. En el caso de la comunidad de Chunazana, para el proyecto de turismo comunitario en la laguna Curiqingue, el ente rector se basa en un sistema de gobernanza denominado Cabildo que se encarga de regir a sus territorios de tenencia colectiva (GAD Nabón, 2014). Puesto que, Chunazana se instituyó como una comunidad jurídica en 1944 (GAD Nabón, 2014).

En este contexto, el turismo comunitario es viable para las comunidades rurales y puede relacionarse con el turismo de aventura. De acuerdo a Cañero, Moral y Orgaz (2013) el turismo de aventura se realiza en un medio natural a través de

deportes o actividades que pueden contar con un cierto grado de riesgo. Según Gálvez et al. (2016) el deporte es una de las manifestaciones sociales con más aceptación, además tiene gran incidencia en el desplazamiento de la sociedad. Además, Ramirez (2013) manifiesta que las actividades deportivas son una gran oportunidad de solución para diversificar y ampliar la oferta turística de un determinado territorio.

En la comunidad de Chunazana, debido a su geografía y por la presencia de un gran cuerpo de agua como la laguna Curiquingue es posible realizar deportes de turismo aventura como senderismo y kayak. El senderismo es una actividad que se practica al aire libre, consiste en caminatas cortas o largas en paisajes naturales y culturales, y a menudo en zonas rurales (Nordbø, Engilbertsson y Vale, 2014). Oliveira *et al.* (2015) considera al senderismo como una importante actividad dentro de la recreación y el ocio que además fomenta el desarrollo de un determinado territorio. Para practicar este deporte no se requiere de elevadas inversiones, puesto que se realiza en el medio natural con una mínima inversión para la creación y mantenimiento de rutas y señalización (Oliveira *et al.*, 2015).

Por otro lado, el kayak es una actividad que implica remar en un bote maniobrable en una variedad de entornos acuáticos con múltiples propósitos como recreación, exploración, competencia, educación, turismo al aire, entre otros (Hudson y Beedie, 2006). La técnica de kayak es un movimiento cíclico compuesto por golpes alternos de izquierda y derecha (Gomes *et al.*, 2020). Este deporte está dirigido a todo tipo de público (Hudson y Beedie, 2006). El kayak recreativo ocupa un lugar bastante bueno en términos de turismo y brinda muchas oportunidades para aquellos que desean relajarse y hacer deporte (Béki, 2018). En este sentido, Moreno (2011) postula que este tipo de proyectos son rentables pero que usualmente requieren de una inversión considerable en infraestructura.

A diferencia del senderismo, para el kayak es necesario contar con equipamiento específico. Según el Ministerio de Turismo del Ecuador (2019), se debería contar

con casco, remo, silbato, cuchillo para cuerda, chaleco de flotación, falda o faldón, traje de neopreno y chaqueta impermeable (para climas fríos), cuerda de rescate, short, zapatos de neopreno y kayak. Sin embargo, los implementos necesarios podrían variar de acuerdo al lugar donde se practique el deporte.

Por lo tanto, se considera que la implementación del senderismo y kayak podría ser viable para la comunidad. Sin embargo, para plantear una nueva oferta turístico-deportiva como factor complementario y diferenciador dentro de un territorio se debe tener en cuenta diferentes factores. Según Medina y Sanchez (2005) la implementación de la nueva oferta debe cumplir con los siguientes requisitos para que la sea idónea y de calidad para la demanda, estos son: ser integradora, con las actividades turísticas preexistentes, ser atractiva, para los consumidores, ser recreativa, basándose en el ocio y la distracción y finalmente ser promocionada, hacia el mercado objetivo y posibles usuarios.

La promoción de la oferta es muy importante para que un proyecto sea rentable. Y, de acuerdo con Castillo y Castaño (2015) las redes sociales pueden ser buenas herramientas para la comunicación y promoción turística efectiva. Así mismo, Giray *et al.* (2019) afirma que las redes sociales permiten a las empresas mantener un contacto directo a largo plazo con los consumidores, incrementar las ventas, forjar vínculos comerciales y su reputación. Por lo tanto, puede ser una gran estrategia para llegar al público objetivo y hacer del proyecto, un proyecto productivo y beneficioso.

6. OBJETIVOS, METAS, TRANSFERENCIA DE RESULTADOS E IMPACTOS

6.1 Objetivo general

Desarrollar una propuesta para la implementación de actividades de turismo de aventura: kayak y senderismo en la laguna Curiquingue del cantón Nabón, provincia del Azuay.

6.2 Objetivos específicos

1. Diagnosticar la situación actual del turismo en la comunidad Chunazana, Nabón.
2. Determinar los espacios, rutas y recorridos que se utilizarán para las actividades de senderismo y kayak en el territorio de la laguna Curiquingue.
3. Diseñar estrategias de operación, comercialización y marketing para las actividades de kayak y senderismo en conjunto con las preexistentes en la laguna Curiquingue.

6.3 Meta

Obtener un proyecto turístico de intervención para la comunidad de Chunazana en la laguna Curiquingue como herramienta para diversificar la oferta turística existente. Esto se logrará a través de la implementación de las actividades de kayak y senderismo para impulsar el desarrollo turístico, social, económico y cultural de la comunidad.

6.4 Transferencia de resultados

El trabajo estará disponible para consulta en el repositorio digital Juan Bautista Vázquez de la Universidad de Cuenca.

Para el desarrollo del presente proyecto de intervención es indispensable el apoyo de la comunidad jurídica de Chunazana así como del GAD cantonal de Nabón. Con el proyecto se brindará a la comunidad una nueva opción para diversificar su oferta, y de esta manera ampliar su visión turística. Por lo tanto, al finalizar con el proyecto se entregarán los resultados a los actores antes mencionados.

6.5 Impactos

La propuesta para la implementación de las actividades de kayak y senderismo en la laguna Curiquingue en el caso de aplicarse tendrá 2 grandes impactos dentro de la comunidad, estos serán:

Impacto económico: puesto que posiblemente se eleve la tasa de visitantes al atractivo. Por lo tanto, se generarán más ingresos que aportarán positivamente a la economía de la comunidad.

Impacto social: debido a que se generarán nuevas oportunidades de trabajo dentro de la nueva oferta. Por lo tanto, mejorará su calidad de vida.

7. TÉCNICAS DE TRABAJO

Este proyecto pretende desarrollar una propuesta para la implementación de las actividades de kayak y senderismo en la laguna Curiquingue.

Para lograr aquello se han establecido las siguientes 3 fases:

En la primera fase se diagnosticará la situación actual del turismo en la comunidad Chunazana. Para esto, primero se realizará un mapeo de los actores en torno al proyecto turístico en la laguna Curiquingue. A partir de ello, se ejecutarán entrevistas semiestructuradas a los diferentes actores, para posteriormente analizar la información a través del método hermenéutico ATLAS.ti 8. Además, se realizará trabajo de campo para tomar evidencia fotográfica y mediante la observación complementar el diagnóstico turístico del proyecto.

En la segunda fase, se determinarán los espacios, rutas y recorridos que se utilizarán para las actividades de senderismo y kayak en el territorio de la laguna de Curiquingue. Para ello, se utilizará la aplicación Relive, como herramienta para obtener coordenadas y trazar los senderos en complemento con el software Google Earth, en donde se plasmarán los senderos en el mapa del área de la laguna Curiquingue. Adicionalmente, se elaborará un plan de señalización para cada actividad. Por último, se elaborará un presupuesto estimado para la implementación del proyecto en el software Microsoft Excel 16.56.

Finalmente, en la tercera fase se diseñarán estrategias de operación, comercialización y marketing para las actividades de Kayak y senderismo en conjunto con las preexistentes en la laguna Curiquingue. Las estrategias de operación se entregarán a las personas, parte de la comunidad, mediante una guía impresa. Las estrategias de comercialización y marketing se enfocarán principalmente en el medio “redes sociales” y marketing digital.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Béki, P. (2018). *Water sports on the Hungarian sports tourism market* [Deportes acuáticos en el mercado de turismo deportivo húngaro]. IRI Conference, Párkány. <https://doi.org/10.18427/iri-2018-0060>
- Castillo M., Castaño V. (2015). Innovación en la promoción turística en medios y redes sociales. Un estudio comparativo entre destinos turísticos. *Estudios y perspectivas en turismo*, ISSN 0327-5841, ISSN-e 1851-1732, Vol. 24, N°. 3, 2015, págs. 755-775 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5276637>
- Gálvez, P., Fernández, J., García, J. y García, J. (2016). Número especial: Investigación en economía y gestión del deporte. *Intangible Capital*, vol. 12, núm. 3, 2016, pp. 755-758 <https://www.redalyc.org/pdf/549/54946039001.pdf>
- Giray, F., Kadakoğlu, B., Çetin, F., y Bamoi, A. (2019). *Rural tourism marketing: Lavender tourism in Turkey* [Marketing de turismo rural: turismo de lavanda en Turquía]. *Ciência Rural* , 49(2). doi:10.1590/0103-8478cr20180651
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Nabón. (2014). Plan de Ordenamiento Territorial del cantón Nabón. Diagnóstico y diagnóstico integrado. p. 179. http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0160001080001_PDOST%20NABON%202014_15-03-2015_09-37-55.pdf
- Gomes, B., Ramos, N., Conceição, F., Sanders, R., Vaz, M., y Vilas-Boas, J. (2020). *Paddling time parameters and paddling efficiency with the increase in stroke rate in kayaking*. *Sports Biomechanics* [Parámetros de

tiempo de remado y eficiencia de remado con el aumento de la frecuencia de brazadas en kayak. *Biomecánica deportiva*, 1–9. doi:10.1080/14763141.2020.1789204

Hudson, S. y Beedie, P. (2006). *From Inuits in Skin Boats to Bobos on the High Seas: The Commodification of Sea Kayaking Through Tourism. Tourism in Marine Environments* [De los inuits en botes de piel a los bobos en alta mar: la mercantilización del kayak de mar a través del turismo. *Turismo en entornos marinos*], 2(2), 65–77. doi:10.3727/154427306779436282

Lopez, S. y Santamaría, E. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 24, núm. 86, pp. 417-434, 2019. <https://www.redalyc.org/journal/290/29059356007/html/>

Medina, F. y Sánchez, R. (2005). Actividad físico-deportiva, turismo y desarrollo local en España. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 3(1), 97-107. <http://www.pasosonline.org/Publicados/3105/PS070105.pdf>

Ministerio de producción, comercio exterior, inversiones y pesca. (2020). Tendencias del mercado de turismo post pandemia <https://www.proecuador.gob.ec/tendencias-del-mercado-de-turismo-post-pandemia/>

Ministerio de Turismo. (2019). Infografía Vestimenta Kayak. [jpg]. MINTUR <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/04/KAYAK-optimizada.jpg>

Moral, S. y Orgaz, F. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El periplo sustentable*. 2016, n.31, 00008. ISSN 1870-9036. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000200008

Moral, S., Cañero, P. y Orgaz, F. (2013). El turismo de aventura: concepto, evolución, características y mercado meta. El caso de Andalucía. En *Turismo e innovación: VI jornadas de investigación en turismo* (327-343), Sevilla: Facultad de Turismo y Finanzas.

<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/52975/moral-cuadra.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Moreno, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión gerencial*, (1), 135-158. <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

Nordbø, I., Engilbertsson, H., y Vale, L. (2014). Market Myopia in the Development of Hiking Destinations: The Case of Norwegian DMOs. *Journal of Hospitality Marketing & Management [La miopía del mercado en el desarrollo de destinos de senderismo: caso de las organizaciones noruegas de marketing de destinos]*, 23(4), 380–405. doi:10.1080/19368623.2013.827608

Oliveira, C., Chimi, A., Medina, P., y dos Santos Junior, A. (2015). El senderismo como dinamizador de la competitividad del destino turístico: Un análisis de las oportunidades de la ciudad de Pelotas, RS, Brasil. *Rosa Dos Ventos-Turismo E Hospitalidade* 7(4), 506-525. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=473547038004>

Ramírez Hernández, O. I. (2013). Turismo deportivo: Promoción para la diversificación de la oferta turística en Manzanillo, Colima. *Turydes*, 6(15). https://www.researchgate.net/profile/Omar-Ramirez-Hernandez-2/publication/323323138_Turismo_Deportivo_Promocion_para_la_diversificacion_de_la_oferta_turistica_de_Manzanillo_Colima

Rodas, M. Ullauri N. y Sanmartín I. (2015). El turismo comunitario en el Ecuador, una revisión de la literatura. *Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*, ISSN-e 2588-0861, ISSN 1390-6305, N°. 9, 2015, págs. 68. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5309454>

9. TALENTO HUMANO

Recurso	Dedicación	Valor total
Director	1 hora/semana/6 meses	\$300,00
Estudiantes	20 horas/semana/6 meses (por cada estudiante)	\$1272,00
Total		\$1572,00

10. RECURSOS MATERIALES

Propuesta para la implementación de actividades de turismo de aventura: kayak y senderismo en la laguna Curiquingue del cantón Nabón, provincia del Azuay

Cantidad	Rubro	Valor
2 u	Celulares	\$800,00
1 u	Laptop	\$1200,00
50 u	Hojas De Papel Bond	\$2,50
4 u	Esferos	\$1,20
1 u	Caja De Mascarillas	\$4,00
Total		\$2007,70

11. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Propuesta para la implementación de actividades de turismo de aventura: kayak y senderismo en la laguna Curiquingue del cantón Nabón, provincia del Azuay

Marzo 2022 - Agosto 2022

Actividad	Mes
-----------	-----

	1	2	3	4	5	6
1. Recolección y organización de información	x					
2. Discusión y análisis de la información		x				
3. Trabajo de campo.		x	x			
4. Integración y análisis de la información obtenida de acuerdo a los objetivos.			x	x		
5. Redacción del trabajo			x	x	x	
6. Revisión final						x

12. PRESUPUESTO

Propuesta para la implementación de actividades de turismo de aventura: kayak y senderismo en la laguna Curiquingue del cantón Nabón, provincia del Azuay

Concepto	Aporte Del Estudiante \$	Otros Aportes \$	Valor Total \$
Recursos humanos			
Director de tesis		\$300,00	\$300,00
Investigadores	\$2544,00		\$2544,00
Gastos de la Investigación			
Material de escritorio	\$60,00		\$60,00
Internet	\$300,00		\$300,00
Gastos de movilización			
Transporte	\$316,00		\$316,00
Viáticos	\$200,00		\$200,00
Equipos, laboratorio y maquinaria			

Cámara fotográfica	\$300,00		\$300,00
Celular	\$800,00		\$800,00
Computadora	\$1.200,00		\$1.200,00
Otros			
Gastos imprevistos	\$100,00		\$100,00
Total	\$5820,00	\$300,00	\$6.120,00

13. ESQUEMA

Índice

Abstract

Agradecimientos

Dedicatoria

Introducción

Capítulo 1. Diagnóstico de la situación actual del turismo en la comunidad Chunazana, Nabón.

1.1 Antecedentes de la comunidad de Chunazana en torno al turismo

1.2 Mapeo de actores relacionados al proyecto turístico de la laguna Curiquingue

1.3 Situación actual del turismo en la comunidad Chunazana, Nabón

1.3.1 Análisis de entrevistas

1.3.2 Evidencia fotográfica para el diagnóstico turístico del proyecto

Capítulo 2. Determinación de espacios, rutas y recorridos a utilizar para las actividades de senderismo y kayak en el territorio de la laguna Curiquingue.

2.1 Antecedentes geográficos del territorio de la laguna Curiquingue

2.2 Planificación de espacios, rutas y recorridos para senderismo y kayak

2.3 Plan de señalización para las actividades de senderismo y kayak

2.4 Presupuesto para la implementación de las actividades de senderismo y kayak

Capítulo 3. Estrategias de operación, comercialización y marketing para las actividades de kayak y senderismo en conjunto con las preexistentes en la laguna Curiqingue.

3.1 Estrategias de operación en torno al kayak y senderismo

3.2 Estrategias de comercialización en torno al kayak y senderismo en conjunto con las actividades preexistentes.

3.3 Estrategias de marketing en torno al kayak y senderismo en conjunto con las actividades preexistentes.

Conclusiones

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos

14. ANEXOS

Anexo 1. Consentimiento previo libre e informado



CONSENTIMIENTO PREVIO LIBRE E INFORMADO

Cuenca, diciembre del 2021

Yo, _____ con número de cédula _____ morador/a de la comunidad de Chunazana, del cantón Nabón, provincia del Azuay, acepto voluntariamente participar del proyecto: Propuesta para la implementación de actividades de turismo de aventura: kayak y senderismo en la laguna Curiquingue del cantón Nabón, provincia del Azuay.

Declaro conocer la estructura del proyecto, su importancia y objetivos por lo autorizo la publicación de los resultados.

El proyecto previamente mencionado respetará la identidad de los participantes, guardará su anonimato y cumplirá con los valores de ética y responsabilidad.

CI: _____

Firma y cédula del participante

Nota. Consentimiento previo libre e informado firmado por las x personas participantes del proyecto de investigación.

Anexo 2 Aprobación del Cabildo de la comunidad de Chunazana para la elaboración del trabajo de titulación.

Sra. Magister Ana Lucía Serrano López

Decana de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Presente. -

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos el cabildo de la comunidad de Chunazana y a su vez augurarle éxitos en sus actividades cotidianas.

De acuerdo a la conversación sostenida con la señoritas estudiantes Lisseth Andrea Panza Sari con C.I. 0106585532 y Sofía Carolina Segovia Cevallos con C.I.0106459910 de la carrera de Turismo Rediseño de la Universidad de Cuenca de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, quienes manifiestan su interés por realizar el proyecto de intervención: Propuesta para la implementación de actividades de turismo de aventura: kayak y senderismo en la laguna Curiquingue del cantón Nabón, provincia del Azuay, esto permitirá diversificar la oferta turística del sitio, adicionalmente la implementación de actividades de turismo de aventura permitirán el desarrollo turístico, social, económico y cultural de la comunidad, para la ejecución de dicho proyecto de intervención el cabildo de la comunidad brindará todas las facilidades e información para obtener los objetivos planteados.

Atentamente,

Presidente del Cabildo de la Comunidad de Chunazana.

Anexo 6. Aprobación del Cabildo de la Comuna Chunazana para la elaboración del trabajo de titulación

Nabón, 20 de marzo del 2022

Sra. Magister Ana Lucía Serrano López

Decana de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

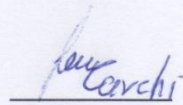
Presente. -

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos el Cabildo de la Comuna Chunazana y a su vez augurarle éxitos en sus actividades cotidianas.

De acuerdo a la conversación sostenida con la señoritas estudiantes Lisseth Andrea Panza Sari con C.I. 0106585532 y Sofia Carolina Segovia Cevallos con C.I.0106459910 de la carrera de Turismo Rediseño de la Universidad de Cuenca de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, quienes manifiestan su interés por realizar el proyecto de intervención: Propuesta para la implementación de actividades de turismo de aventura: kayak y senderismo en la laguna Curiquingue del cantón Nabón, provincia del Azuay. Nosotros, tenemos conocimiento y autorizamos a la realización del trabajo en la Laguna Curiquingue, para ello, el Cabildo de la comuna brindará todas las facilidades e información necesaria para obtener los objetivos planteados.

Atentamente,



Alejandro Carchi

Cabildo de la Comunidad de Chunazana

Anexo 7. Muestra de consentimiento libre e informado para participar en el Trabajo de Integración Curricular firmado por parte de un miembro de la Comuna Chunazana



CONSENTIMIENTO PREVIO LIBRE E INFORMADO

Cuenca, 5 de mayo del 2022

Yo, Claudio Clotario Cerreche con número de cédula 0105813638, acepto voluntariamente participar del proyecto:

Propuesta para la implementación de actividades de turismo de aventura: kayak y senderismo en la laguna Curiquingue del cantón Nabón, provincia del Azuay.

Declaro conocer la estructura del proyecto, su importancia y objetivos por lo autorizo la publicación de los resultados.

El proyecto previamente mencionado respetará la identidad de los participantes, guardará su anonimato y cumplirá con los valores de ética y responsabilidad.

Cl: 0105813638

Firma y cédula del participante

Anexo 8. Muestra de consentimiento libre e informado para participar en el Trabajo de Integración Curricular firmado por parte de un funcionario del departamento de turismo del GAD Cantonal de Nabón



CONSENTIMIENTO PREVIO LIBRE E INFORMADO

Cuenca, 5 de mayo del 2022

Yo, Marco Adrián Aguirre U. con número de cédula 010379724-7, acepto voluntariamente participar del proyecto: Propuesta para la implementación de actividades de turismo de aventura: kayak y senderismo en la laguna Curiquingue del cantón Nabón, provincia del Azuay. Declaro conocer la estructura del proyecto, su importancia y objetivos por lo autorizo la publicación de los resultados. El proyecto previamente mencionado respetará la identidad de los participantes, guardará su anonimato y cumplirá con los valores de ética y responsabilidad.

CI: 010379724-7

Firma y cédula del participante

Anexo 9. Cotización de la mesa interpretativa



Cuenca 08 de Julio del 2022

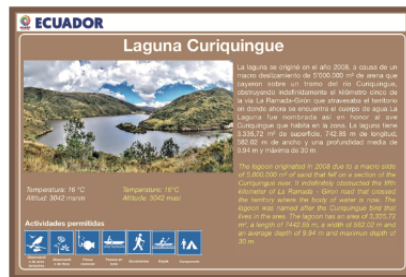
1. Mesa interpretativa

Dimensión:

• 500x900mm. Se deben mantener la composición gráfica de las señales turísticas donde se incluirán los siguientes elementos:

- Parte superior blanco, sobre el cual se incluirán la marca país y logos de rutas ser necesario.
- Marca país, mantendrá los colores de la misma calada sobre la señal a una profundidad de 4 mm.
- Orlas, en color blanco con un calado de 5 mm.
- Textos en español en color blanco en fuente Helvética Neue Medium.

Textos, en inglés en color beige en fuente Helvética Neue Medium Oblique; y las fotografías serán impresas en vidrio templado de 6mm. y colocadas en la pantalla en el lugar que corresponda.



p/u	p/t
500.00	500.00

LOS PRECIOS NO INCLUYEN IVA

Tiempo de entrega a convenir con el cliente.

Atentamente

att: Ing. Andrés Novillo

Dir.: Eloy Alfaro 3-80 y G. Moreno
 Cels.: 2800659 - 0960245310 - 0960245317
 komplotvisual@gmail.com

Anexo 10. Cotización de la señalización

	DIS. VICENTE DANIEL SEGOVIA CEVALLOS	
	visegovia89@gmail.com	
	KASSA MOBILIARIO Y DISEÑO INTERIOR	RUC:015668925001
	CUENCA-ECUADOR	TELF: 0988124522

SEÑORES:	Srta. Sofía Segovia	PROFORMA No.-	01396
ATENCION:		DIRECCION:	Cuenca
FECHA:	9/7/2022	RUC:	0106459910
		TELEFONO:	0998118289

CANTIDAD	DESCRIPCION	V. UNITARIO	V. TOTAL
	Mesa interpretativa		
	Fotografía en vidrio templado 6mm con pernos de sujeción externa en acero inoxidable. Sobre mesa de madera elaborada con tablas de Teka y estructurada en una base y soporte en 2 vigas de 0.04x0.04x0.4 m de madera sólida de Teka termianda con la Monto para exterior.		
1	Medidas 0.5 x0.9 m	\$650.00	\$650.00
	Señalización		
	Vini precortado en base de tool galvanizado de 2 mm. Parante en tubo galvanizado de 2".		
3	Medidas 0.6 x0.6 m + complemento 0.6 x 0.2 m	\$43.00	\$129.00
3	Medidas 2.40x0.6 m	\$86.00	\$258.00
		SUBTOTAL	\$1,037.00
FORMA DE PAGO 70 % A LA FIRMA DEL CONTRATO 30 % A LA ENTREGA DEL TRABAJO		I.V.A. 12%	\$124.44
		TOTAL	\$1,161.44

ATENTAMENTE:

DIS. VICENTE SEGOVIA.
Mobiliario y Diseño Interior