



FACULTAD DE HOSPITALIDAD Y GESTIÓN AMBIENTAL

ESCUELA DE TURISMO

TRABAJO DE TITULACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN TURISMO

**“CREACIÓN DE EXPERIENCIA TURÍSTICA EN FINCA AGROECOLÓGICA MUNAKUY, EN LA
PARROQUIA DE IMANTAG, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”**

AUTOR:

EVELIN LUCIA ENRÍQUEZ FARINANGO

TUTOR:

MELISA RODRIGUEZ

QUITO, 2023



APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “CREACIÓN DE EXPERIENCIA TURÍSTICA EN FINCA AGROECOLÓGICA MUNAKUY, EN LA PARROQUIA DE IMANTAG, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA.” Presentado por Evelin Lucia Enríquez Farinango, para optar por el Título Licenciado en Turismo, CERTIFICO que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Quito, 29 de Junio del 2023



Firmado electrónicamente por:
**ESTEFANIA MELISA
RODRIGUEZ SANTOS**

.....
Ing. Melisa Rodríguez, Mg.PhD.



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado en Turismo, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, 29 de Junio del 2023

.....

Evelin Lucia Enriquez Farinango

1728160878



APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de titulación ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: CREACIÓN DE EXPERIENCIA TURÍSTICA EN FINCA AGROECOLÓGICA MUNAKUY, EN LA PARROQUIA DE IMANTAG, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA., previo a la obtención del Título de Licenciado en Turismo, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación. La nota es de 9,5/10

Quito, 29 de junio del 2023



Firmado electrónicamente por:
**ESTEFANIA MELISA
RODRIGUEZ SANTOS**

.....

Rodríguez Santos Melisa Estefanía

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



DEPARTAMENTO:	UNIDAD DE TITULACIÓN	
ÁREA:	TRABAJOS DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	
VERSIÓN:	V.1.0	FECHA: 29 junio del 2023
TEMA:	Plan de Trabajo de Integración curricular	

1. DATOS INFORMATIVOS

Nombre del Trabajo:	Creación de experiencia turística en finca agroecológica Munakuy, en la parroquia de Imantag, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura
Tipo de Trabajo:	Propuesta de creación de experiencia turística
Carrera:	Turismo
Ciclo académico:	PAO 2023-2023
Línea de investigación o desarrollo:	Turismo rural y agroturismo
Autor (ESTUDIANTE):	Evelin Lucia Enríquez Farinango
Correo Electrónico Autor:	evenriquezfa@uide.edu.ec
Tutor:	Melisa Rodriguez
Correo Electrónico Tutor:	esrodriguez@uide.edu.ec
Duración (meses):	4 meses
Presupuesto (usd):	
Financiamiento externo:	No

2. DESCRIPCIÓN

2.1. ANTECEDENTES

Tras la pandemia de Covid-19 se ha desarrollado o potenciado fuertemente el turismo rural y el turismo de naturaleza por varios motivos como, estar más en contacto con la naturaleza después de tanto encierro y viajar a lugares abiertos. De igual manera las personas le han dado más valor al turismo, al viajar, disfrutar de la vida, convivir con las personas que quieren, etc y sobre todo vivir nuevas experiencias.

En este sentido una finca agroecológica puede ofrecer a los turistas estar en contacto con la naturaleza, disfrutar, convivir con sus seres queridos y vivir nuevas experiencias, realizando varias actividades que fortaleceran dichas experiencias.

2.2. PROBLEMA

En la parroquia de Imantag existe aun las denominadas pandillas conformadas por jóvenes, las cuales son en cierto punto perjudiciales para los pobladores, para los jóvenes que la integran y para los turistas. De igual manera se esta dando una desculturización por parte de la comunidad, especialmente por los jóvenes que han salido a buscar trabajo en otros lugares, perdiendo así la cultura ancestral de esta parroquia, cuya fuente principal de ingresos económicos es la agricultura, sin embargo cuenta con un potencial para realizar actividad turística, lo cual no ha sido desarrollado de forma adecuada hasta el momento, con la inexistencia de infraestructura y servicios turísticos en la parroquia.

2.3. CONTEXTO

El proyecto tiene lugar en la parroquia de Imantag en el cantón Cotacachi. La parroquia de Imantag se encuentra a una altitud que va desde los 700 msnm hasta los 4800 msnm, presenta dos tipos de clima, el ecuatorial mesotérmico semihúmedo y el ecuatorial de alta montaña, tiene una temperatura que oscila desde los 4 hasta los 16 grados centígrados.

Esta parroquia esta conformada por 10 comunidades las cuales son: Ambi Grande, Morlán, Peribuela, Pucalpa, Colimbuela, Perefán, San Luis de la Carbonería Quitubi y Quitumba grande. Según datos del censo del 2010 en la parroquia de Imantag la población que predomina es la indígena donde se encuentra varias nacionalidades como: Kichwa de la sierra, Otavalo, Karanki y otras nacionalidades. Según los mismos datos, Imantag presenta desigualdad y pobreza en este caso por la presencia de analfabetismo de muchas personas. Es una parroquia principalmente agrícola pero también se dedican a la pesca, ganadería, silvicultura y minería, existen algunos emprendimientos productivos artesanales como los bordados, de igual manera se ha realizado algunos emprendimientos empíricos de turismo comunitario sin embargo la actividad aun es limitada. Existen algunos recursos naturales que podrían ayudar en el turismo como: el Mirador Muyu Urcu, vertiente Hierba BuenaPugio, Cascada

Caballito, Bosque protector de Peribuela, Volcán Cotacachi, Laguna de Piñán así como recursos culturales: la iglesia de Imantag y las costumbres y tradiciones de las comunidades indígenas.

2.4. JUSTIFICACIÓN

Imantag es una parroquia del cantón Cotacachi que presenta varios recursos naturales y culturales potenciales para realizar turismo, sin embargo la parroquia está dedicada en su mayoría a la agricultura, ganadería y pesca, y por la falta de conocimiento e investigación el turismo no ha sido tomado muy en cuenta.

En este caso para el desarrollo de este proyecto se ha tomado en cuenta una finca propia dedicada a la producción de frutales, con el objetivo de obtener más provecho del lugar, no siendo solo una finca agrícola, si no, un atractivo turístico que integre todas las actividades productivas de la zona, como la agricultura, pecuaria, pesca, artesanías, además de la cultura, costumbres y tradiciones de las comunidades, junto a actividades vivenciales y sostenibles que generen experiencias únicas en los turistas. De esta manera también se busca propiciar el desarrollo de la parroquia tanto económico como social, además de recuperar la cultura que día con día se va perdiendo.

2.5. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL: *Crear una experiencia turística en la Finca Agroecológica Munakuy, en la parroquia de Imantag, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura.*

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- a) Hacer un levantamiento base de la situación turística de la parroquia de Imantag*
- b) Realizar el estudio de mercado de la finca agroecológica Munakuy para conocer los potenciales turistas del proyecto turístico*
- c) Diseñar una experiencia turística en la Finca Agroecológica Munakuy, en la parroquia de Imantag, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura*

2.6. ALCANCE Y RESULTADOS ESPERADOS

En este proyecto se pretende realizar varias actividades vivenciales para que el turista obtenga una experiencia significativa, aprenda, disfrute, y valore la cultura y tradiciones ancestrales. A continuación detallaré cada una de las actividades.

- La finca principalmente está dedicada al cultivo de frutales, por lo cual, una de las actividades principales es la recolección de las diferentes frutas por parte de los turistas, esto se realizará en canastas que serán elaboradas por las personas de la comunidad con materiales autóctonos, las frutas podrán ser consumidas en ese momento o quienes quieran podrán llevárselas, de igual manera se realizará talleres para elaborar productos con las frutas cosechadas, en este caso uno de los talleres es la elaboración de vino, donde el turista será parte de todo el proceso y al final tendrá*

el placer de degustar varios vinos en la “cueva de la tentación” donde se realizara igualmente un recorrido guiado con personajes e historias del lugar y podrán disfrutar de una copa de vino en un ambiente tranquilo bajo tierra; los turistas que realicen un vino podrán regresar cuando este se encuentre listo para ser servido y así saborear su propia elaboración. Con esta actividad se busca sobre todo incluir a las personas de la comunidad ayudandoles a generar ingresos extras y generar en el turista una experiencia memorable.

- *Otra de las actividades es un recorrido guiado explicando todo sobre la producción de los frutales (siembra, cuidado, cosecha, producción) para los turistas interesados en el tema, donde estos podrán interactuar por ejemplo en la poda del árbol, para que de esta manera adquieran un conocimiento más amplio durante el recorrido.*
- *Desde la finca se realizarán visitas a la comunidad de imantag, donde se convivirá con familias de la zona, las cuales mostrarán su forma de vida a los turistas y se realizará una representación de eventos importantes para la comunidad, donde se integrará al turista en la representación (por ejemplo una fiesta tradicional), y se termina la visita con la denominada “Pambamesa” que es un compartir de alimentos que se realiza como agradecimiento entre todas las personas de la comunidad, en este caso el turista participará en la colocación de todos los alimentos y su degustación (alimentos que serán preparados por las personas de la comunidad con productos propios de la zona). Con esta actividad se busca igualmente ayudar a que las personas de la comunidad obtengan ingresos extras y que el turista aprenda, valore y disfrute de sus tradiciones.*
- *En la noche se realizará una fogata, donde se narrarán cuentos e historias, se realizará una representación visual (actuación) de una de las historias, también se dará espacio para que los turistas cuenten sus historias.*
- *Se realizará representaciones de fiestas tradicionales como el “Inti Raymi” o la fiesta de “San Juan”, donde el turista podrá participar activamente en el baile, se podrá colocar el traje típico o tocar algún instrumento si desea. La representación será exactamente como es en realidad para que el turista viva la verdadera experiencia.*
- *Se realizarán talleres de artesanías, pintura y cerámica, por ejemplo la elaboración de fachalinas con la ayuda de personas de la comunidad que puedan hacerlo, en especial se hará participe a las mujeres para resaltar su importancia en la comunidad. Los talleres se promoverán especialmente para madres e hijos, para crear un vínculo y generar una experiencia más satisfactoria y para parejas.*

2.7. MATERIALES Y MÉTODOS

Para la elaboración de este proyecto se necesita fuentes primarias de información como artículos, monografías, proyectos de investigación, etc. En primer lugar se analizan los objetivos del proyecto de los cuales se derivan los capítulos, donde se utilizarán las fuentes bibliográficas. Se utilizará la entrevista como herramienta de obtención de datos para conocer las preferencias de los turistas potenciales.

2.8. IMPACTO Y BENEFICIARIOS



BENEFICIARIOS DIRECTOS:

1. *Pobladores de la parroquia: se generará fuentes de trabajo para las personas de la comunidad, mujeres, jóvenes y adultos mayores para realizar las actividades culturales que se realizará en la finca. Además se ofrecerá la oportunidad de realizar el curso de guías locales para que las personas de la comunidad que quieran realizarlo puedan trabajar como guías en la finca y se desarrollará programas o cursos como pintura, música, etc., para que los jóvenes se ocupen en otras actividades.*

BENEFICIARIOS INDIRECTOS:

3. *Comerciantes de la parroquia*
4. *Proveedores de serevicios y productos locales: alojamiento, restaurantes, empresas turísticas.*
5. *Desarrollo de la parroquia por el crecimiento turístico*

Índice de contenidos

1. Situación Turística de la Parroquia de Imantag	13
1.1. <i>El Turismo a Nivel Mundial</i>	13
1.2. <i>El Turismo en el Ecuador Post Covid</i>	15
1.3. <i>El Turismo en la Provincia de Imbabura</i>	19
1.4. <i>El turismo en el cantón Cotacachi</i>	19
1.5. <i>El turismo en la parroquia de Imantag</i>	22
1.6. <i>El turismo rural y el agroturismo en el cantón Cotacachi</i>	23
2. Estudio de mercado	24
2.1. <i>Perfil del turista que llega al cantón Cotacachi</i>	24
2.2. <i>Técnica de recogida de información para conocer al potencial turista de la finca</i>	24
2.2.1. <i>Resultados.</i>	25
3.- Propuesta	36
3.1. <i>Actividades con valor agregado</i>	36
3.2. <i>Actividades complementarias</i>	38
3.3. <i>Estrategias de marketing</i>	39
3.4. <i>Alianzas estratégicas</i>	41
3.5. <i>Nombre y marca turística</i>	41
4. Conclusiones	43
5. Recomendaciones	44
6. Referencias	45
7. ANEXOS	49
ANEXO 1. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	49
ANEXO 2. PRESUPUESTO	51

Indice de Figuras

Figura 1. Llegada de turistas a Ecuador.....	15
Figura 2. Tendencias de destinos que preferirán los turistas en la nueva modalidad despues del covid-19.....	17
Figura 3. Factor motivacional para realizar viajes de turismo bajo la nueva normalidad.....	18
Figura 4. Género	25
Figura 5. Edad	26
Figura 6. Lugar de procedencia.....	26
Figura 7. Nivel de educación	27
Figura 8. Rango de ingresos al mes.....	28
Figura 9. ¿Con qué frecuencia sale de viaje o realiza actividades turísticas?.....	28
Figura 10. Preferencia de acompañamiento cuando viaja	29
Figura 11. ¿Le gustaría realizar actividades turísticas en el campo?	30
Figura 12. ¿Qué actividades le gustaría realizar?	30
Figura 13. ¿Le gustaría realizar actividades culturales en el campo?	31
Figura 14. ¿Qué actividades prefiere realizar dentro de lo cultural?.....	32
Figura 15. ¿En qué temporada prefiere viajar?	33
Figura 16. ¿Tiene conocimiento de que es una experiencia turística?	33
Figura 17. Precio por experiencia	34
Figura 18. Costo por paquete todo incluido.....	35
Figura 19. Marca turística de la propuesta "Finca agroecológica Munakuy"	42

Indice de tablas

1. Tabla 1. Género.....	25
Tabla 2. Edad	25
Tabla 3. Lugar de procedencia.....	26
Tabla 4. Nivel de educación.....	27
Tabla 5. Indique el rango de ingresos que tiene al mes.....	27
Tabla 6.¿Con qué frecuencia sale de viaje o realiza actividades turísticas?.....	28
Tabla 7. Al realizar un viaje, ¿prefiere hacerlo: solo, acompañado con tu familia, en pareja o amigos?	29
Tabla 8. ¿Le gustaría realizar actividades turísticas en el campo?	29
Tabla 9. ¿Qué actividades le gustaría realizar?.....	30
Tabla 10. ¿Le gustaría realizar actividades culturales en el campo?	31
Tabla 11. ¿Qué actividades prefiere realizar dentro de lo cultural?.....	31
Tabla 12. ¿En qué temporada prefiere viajar?	32
Tabla 13. ¿Tiene conocimiento de que es una experiencia turística?	33
Tabla 14. ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por una experiencia turística en una finca agroecológica?.....	34
Tabla 15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete todo incluido (alojamiento, alimentación, actividades) en una finca agroecológica?.....	34



CAPÍTULO I

1. Situación Turística de la Parroquia de Imantag

1.1. *El Turismo a Nivel Mundial*

El turismo es uno de los sectores que más mueven el comercio internacional, y es uno de los más importantes en la economía mundial, ya que comprende una fuente importante de ingresos económicos de varios países en desarrollo, así como la generación de empleo en varios sectores. Pero hay que tener en cuenta en primer lugar que es Turismo, según la OMT (s.f.) es un fenómeno social, cultural y económico en el cual se da un desplazamiento de personas a países o lugares que no corresponden a su entorno habitual, ya sea por motivos personales, profesionales o de negocios.

En cuanto al turismo Internacional la ONU (2010) menciona que este incluye el turismo receptor que se refiere a las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de residencia y el turismo emisor el cual comprende las actividades que realizan los visitantes no residentes en el país de referencia.

Es necesario tener un enfoque mundial del turismo, ya que ayuda a tener perspectivas del mercado y competencia. Actualmente el turismo mundial se encuentra recuperándose tras la pandemia de Covid-19. La Organización Mundial de Turismo [OMT] (2022, a) menciona que según el último Barómetro del Turismo Mundial, se triplicaron las llegadas de turistas internacionales de enero a julio de 2022 en un 172%, en comparación con el mismo periodo de 2021, esto quiere decir que el barómetro se situó casi al 60% de los niveles anteriores a la pandemia; aquí se puede ver reflejada la necesidad de viajes internacionales que se encontraban reprimidas por las restricciones de seguridad. En el periodo de enero a julio de



2022, la OMT (2022) tiene como índice de recuperación más rápida a las regiones de Europa con llegadas de 74% y Oriente Medio con un 76%, respectivamente con los niveles de 2019. En cuanto a los destinos que registraron mayores visitas en comparación a 2019 se puede destacar a varias islas del Caribe, Asia y del Pacífico, y en menor cantidad destinos pequeños de Europa y América Central (OMT, 2022, b).

En la última década, la tendencia de consumo turístico, especialmente europeo y norteamericano se enfoca en buscar destinos diferentes, en zonas apartadas donde no exista mucha masificación de turistas y productos que les brinden experiencias significativas y únicas (Ortiz, 2019). Tendencia en la cual entra el agroturismo y turismo rural, al encontrarse en zonas apartadas en la naturaleza, brindando experiencias con la comunidad; así se puede ver como en Europa el turismo rural que ya existía tuvo más relevancia en estas épocas. Mora (2020) igualmente menciona que los consumidores post-pandemia preferirán lugares con un buen nivel de higiene, destinos no tan conocidos, viajes cortos y en grupos pequeños o familiares, especialmente a espacios abiertos para estar en contacto con la naturaleza, y un turismo espiritual.

En este caso igualmente cabe mencionar que el turismo rural encaja con esta tendencia de turismo, y que en la actualidad ha tomado un gran protagonismo a nivel mundial, ya que tras la pandemia, al no poder movilizarse o viajar a destinos en el exterior, el turismo doméstico cobró gran importancia, entendiendo como turismo doméstico según Luque, Moreno y Espinoza (2013) al “turista nacional que viaja dentro de su propio país” (pag. 119), dando así mayor énfasis al turismo de naturaleza y sus derivados como son el turismo rural, el agroturismo, el turismo de deportes extremos, etc. Otra de las tendencias que se está desarrollando a nivel mundial después de la pandemia es el teletrabajo, ya que actualmente es

algo normal trabajar desde un computador, esto como lo menciona Zorrarquino (2020) “podría convertirse en el segmento de turistas del mañana” tendencia que permite mejorar la relación entre la vida profesional y personal.

1.2. El Turismo en el Ecuador Post Covid

El Ecuador al igual que todo el mundo fue afectado considerablemente por el covid-19, teniendo pérdidas graves en el sector económico y sobre todo turístico, contemplando el cierre de empresas turísticas por la falta de ingresos, sobre todo el gasto turístico internacional, y un desempleo masivo, ya que el sector turismo abarca de igual manera a varios otros sectores que están directa o indirectamente relacionados como por ejemplo el sector de la agricultura.

Después del confinamiento y las restricciones aeroportuarias presentadas para controlar la expansión del covid-19 el sector tuvo un fuerte decrecimiento, como se puede evidenciar en los siguientes datos:

Figura 1. Llegada de turistas a Ecuador



Fuente: MINTUR, (2020).



Las llegadas de turistas Internacional decrecieron fuertemente en el 2020 por la llegada del covid-19 en comparación del año anterior, en consecuencia de todas la acciones tomadas en el 2021 los índices aumentaron, sin embargo, fue casi nulo y en el 2022 se puede apreciar igualmente una mejoría, no tan considerable, pero en aumento.

En cuanto al ranking de países de residencia de los turistas que llegaron al Ecuador entre 2020 y 2021 en primer lugar se tiene la presencia de Estados Unidos de América, seguido de Colombia, España, Perú, Chile, Canadá, México, Argentina, Italia y Alemania. (Llugsha y Camacho, 2021)

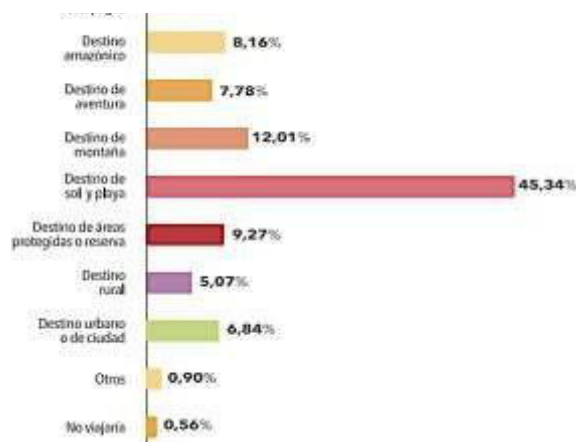
Roa, (2021) menciona que según el Ministerio de Turismo (MINTUR) la recaudación del sector turístico en el 2020 disminuyó en un 58,9%, es decir se tuvo una pérdida económica de \$2.822 millones respecto al 2019, pérdidas que comprenden todas las actividades de la cadena de valor de la industria turística, es decir alojamiento y bebidas, transporte, agencias de viaje y otros servicios relacionados; así mismo menciona que la tendencia ahora es viajar a lugares cercanos, por lo tanto, se debe enfocar en los turistas nacionales y no pensar en los turistas internacionales como una solución a corto plazo, por este motivo se menciona que el sector debe cambiar su enfoque y técnicas para atraer a los clientes, ya que el turista nacional no es un turista que gasta, al contrario necesita descuentos, promociones y paquetes más atractivos a un bajo costo.

Actualmente tras la pandemia los turistas buscan realizar actividades al aire libre por motivos de salud y seguridad, en este caso se debe mencionar que las tendencias turísticas antes de la pandemia apuntaban al turismo de naturaleza, ecoturismo y turismo de aventura las cuales atraían al mercado extranjero, lo cual después de la pandemia se sigue manteniendo en el turismo local, de igual manera el turismo cultural tenía importancia, ya que Ecuador

cuenta con una gran diversidad étnica y cultural que forman parte de destinos turísticos declarados Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO, así mismo las comunidades indígenas que forman parte de esta cultura, han comenzado a participar en la actividad turística, desarrollando propuestas de turismo rural comunitario. Oviedo y Olivio (2022, como se citó en Solís, 2007)

En recientes estudios realizados por el MINTUR (2020) en conjunto con varias universidades del país se obtuvo resultados sobre las preferencias del turista nacional, bajo la denominada nueva normalidad en el cual se evidencia que el 53% de los viajeros prefieren hacerlo junto a su familia, y un 18% viajar con amigos. Por otro lado en una gran mayoría el 40% de las personas pernoctarían al menos una noche en el destino turístico elegido y un 33% de 2 a 4 noches en el mismo destino, y se presenta en un 18% las excursiones que están tomando fuerza en esta nueva modalidad. También se menciona que las nuevas tendencias de destinos que preferirán los turistas son:

Figura 2. Tendencias de destinos que preferirán los turistas en la nueva modalidad después del covid-19

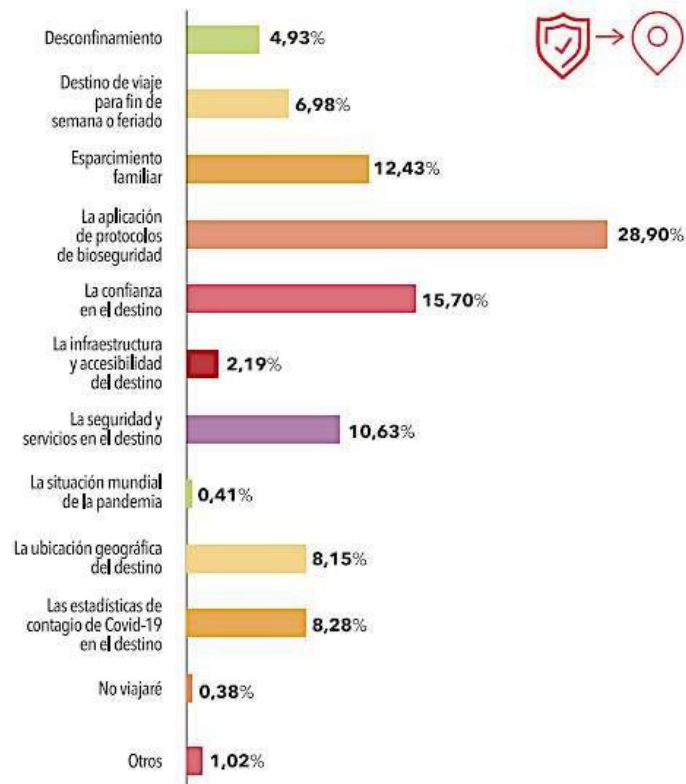


Fuente: MINTUR (2020)

Es decir el turismo local mantiene su preferencia de destinos de sol y playa, seguido el destino de montaña y áreas protegidas o reservas naturales, datos que ayudan a llegar a la conclusión de que los turistas buscan este contacto con la naturaleza en espacios abiertos. Y en un menor porcentaje se tiene al destino rural, que aun que el destino de sol y playa siga teniendo protagonismo entre los turistas locales, se evidencia un interés significativo en este tipo de turismo que permite tenerlo en cuenta para su desarrollo.

Otros datos estadísticos que muestra el estudio son los aspectos que tomarán en cuenta los turistas al momento se realizarán un viaje de turismo:

Figura 3. Factor motivacional para realizar viajes de turismo bajo la nueva normalidad



Fuente: MINTUR (2020)



Estas estadísticas muestran que uno de los aspectos más importantes para los turistas en un destino es, la aplicación de protocolos de bioseguridad para reducir el riesgo de contagio del virus, además de la confianza en el destino y el esparcimiento familiar. Se puede evidenciar que los aspectos de salud y seguridad sobrepasan el interés de los turistas en comparación con aspectos como la infraestructura y accesibilidad al destino, o el tipo de destino. Por lo tanto este deberá centrar su atención en la correcta aplicación y manejo de la bioseguridad.

1.3. *El Turismo en la Provincia de Imbabura*

Imbabura es una provincia de Ecuador donde existe la presencia de varios complejos volcánicos como el Imbabura, Mojanda, Cotacachi, Cuicocha y Chachimbiro, al igual que complejos lacustres en casi la mayoría de cantones que conforman la provincia, por lo cual es llamada la provincia de los lagos, entre los cuales tenemos: Yahuarcocha, Laguna de Cuicocha, Lago San Pablo, Laguna de Culbiche, Lagunas de Piñan, Lagunas de Mojanda y Puruhanta además de su diversidad étnica y cultural con la presencia de varias comunidades indígenas como los Otavalos, una de las culturas más reconocidas del Ecuador a nivel mundial por sus costumbres, tradiciones, vestimenta y arquitectura; además de su diversidad productiva como las flores mundialmente conocidas, gran variedad de granos y vegetales. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Cotacachi [GAD Cotacachi] (2019)

1.4. *El turismo en el cantón Cotacachi*

Cotacachi es el cantón más extenso de la provincia de Imbabura, localizado a 26 km de Ibarra y 102,8 km del Noreste de Quito, ubicado a 2418 msnm aproximadamente, limita al norte con el cantón Urcuquí, al sur con el cantón Otavalo y el distrito metropolitano de Quito, al este con el cantón Antonio Ante y al oeste con la provincia de Esmeraldas. Cuenta con dos



parroquias urbanas: El Sagrario y San Francisco, y 8 parroquias rurales: Quiroga, Imantag, 6 de Julio de Cuellaje, Apuela, Garcia Morneo, Peñaherrera, Plaza Gutiérrez y Vacas Galindo. En el cantón Cotacachi se encuentra el Parque Nacional Cotacachi-Cayapas, la laguna de Cuicocha y varios atractivos tanto culturales como naturales, entre los principales se puede nombrar: el Valle de Intag, la laguna de Piñan, el volcán Cotacachi, el museo de las culturas, la iglesia de Santa Ana, Río Chontal, iglesia San Francisco la Dolorosa, artesanías de cuero, talleres de jabones artesanales el Rosal, centro arqueológico de Gualimán, café orgánico y artesanías de cabuya en Intag, etc. (GAD Cotacachi, 2019)

Así mismo Cotacachi presenta una temperatura de 14°C Y 22°C, es una zona de transición entre bosque andino y subtropical, el cual contempla el Bosque Protector comunitario Los Cedros, Bosque Protector comunitario Peribuela, Bosque Protector comunitario Junin y Bosque Protector comunitario Santa Rosa, donde se pueden encontrar especies como Zamarrillo Pechinegro, Águila Andina, Cóndor Andino, Tayo, Pinzón Tangara, tapir, lobo de páramo, nutrias, etc., entre los cuales existen algunos en peligro de extinción. Se menciona de igual manera que el Cantón Cotacachi tiene destinado un 57.42% de suelo para la Conservación y Protección y un 18, 23% para Patrimonio de Área Natural del Estado (PANE), lo cual beneficia al sector turístico para la realización de un turismo de naturaleza. El Parque Nacional Cotacachi Cayapas declarado como Geoparque por la UNESCO en el 2018, alberga atractivos turísticos como son: el Volcán Cotacachi, el pueblo Piñan, su páramo, lagunas Donoso, Jaricocha y Cristococha, el Cerro Yanahúrco, el Bosque húmedo del Choco, la población de San Miguel, sus cascadas y el río Bravo y la comunidad afroesmeraldeña Playa de Oro, lugares donde se puede realizar fotografía, caminatas, excursiones, cicloturismo, escalada, montañismo, campamento y paseos en canoa.



En el aspecto cultural, el cantón Cotacachi realiza varios festivales artísticos durante todo el año al tener la presencia de grupos étnicos, donde resaltan la comunidad Kichwa, por ejemplo la fiesta del Inty Raymi o Jatun Puncha que es una de las más importantes para el cantón, y alberga tradiciones como el Wawakunapak Puncha o día de los niños, el Warmi Puncha o día de las mujeres, la pambamesa y entre otras fiestas se menciona la Semana Santa (producto del sincretismo religioso) y El Muyu Raymi o fiesta de la semilla para asegurar la soberanía alimentaria y fiesta de la jora.

Es así que los principales tipos de turismo que se desarrollan en el cantón son: turismo de compras por los artículos de cuero especialmente, turismo gastronómico, turismo comunitario y agroturismo que toman mayor importancia, como ejemplo: la Hacienda el Paraíso, Loma Wasi Village y Ananay Wasy, igualmente el turismo de naturaleza/ecoturismo y aviturismo, y turismo de aventura.

El ámbito turístico es manejado principalmente por el GAD de Cotacachi, quien planifica, controla, regula y gestiona la actividad turística del cantón, y sus propuestas de desarrollo son lideradas por el Municipio, la Asamblea cantonal, la UNORCAC y diferentes ONG's (GAD Cotacachi, 2019). Igualmente existen actores privados como son: Runa Tupari, operador comunitario que inició en los años 2000, REI conformado por 11 organizaciones agroproductivas, turísticas y artesanales, entre las que cabe mencionar: la Asociación Mujer y Medio Ambiente que realiza actividades turísticas y artesanales, los Manduriacos que realizan actividades productivas sustentables en granjas agroecológicas, producción de artesanías y alojamiento, Luchando por un Porvenir que ofrece servicios turísticos inclusivos y Comité Cuchicocha que realizan la ruta sagrada.



En cuanto a la demanda Turística en el cantón, el GAD de Cotacachi (2019), menciona que no existen estadísticas turísticas actualizadas que permitan estudiar la demanda del cantón, sin embargo se cuenta con el registro de llegadas al Parque Nacional Cotacachi-Cayapas con el que se pronóstico que la llegada de turistas en el año 2019 hasta el 2030 aumentará en 36,20%, sin embargo estos datos son analizados antes de la pandemia de covid, por lo tanto se necesitan datos más actualizados.

1.5. El turismo en la parroquia de Imantag

En cuanto a lo cultural según datos del PDOT Imantag (2015) en la parroquia existe la presencia de varias nacionalidades indígenas como son: Kichwa de la sierra en un mayor porcentaje, Otavalo, karanki y otras nacionalidades. También cuenta con patrimonio cultural tangible como es la vestimenta que representa su cultura, tradiciones y costumbres, por lo general la mujer usa camisa blanca bordada en el cuello, fachalina blanca con franjas de color rojo, azul y negro, anaco azul o negro, una faja de color rojo y otra faja delgada y larga roja o azul, sombrero de lana color amarillo con una cinta colgada hacia un lado, hualcas que son collares brillantes y manillas de color rojo y alpargatas rojas o negras. El hombre suele usar una camisa blanca, poncho de color azul, paltalón corto de color blanco, sombrero de lana y ushutas o alpargatas. Existen algunas bebidas tradicionales como: las coladas, morocho, machica, chicha y tzawarmishki.

En la zona existen recursos naturales y culturales potenciales para ser atractivos turísticos como son: la iglesia de Imantag, mirador Muyu Urcu o Loma Negra, montaña Yana Urcu, vertiente hierba Buena, cascada del Caballito, Bosque Protector Peribuela, volcán Cotacachi, laguna de Piñán y la comunidad Piñán.



Según el catastro de establecimientos turísticos 2023, en Imantag no existen establecimientos turísticos de alojamiento y alimentos y bebidas.

1.6. *El turismo rural y el agroturismo en el cantón Cotacachi*

Cotacachi al ser un cantón principalmente productivo y agrícola, según datos del GAD de Cotacachi (2019) su principal fuente de ingresos es “la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, sectores que ha aportando al VAB con el 27,11%” contemplando al sector turístico con un porcentaje de 4,12% de aporte al VAB con servicios de alimentación y alojamiento (datos antes de la pandemia de covid-19), sin embargo en la actualidad se realizan algunos proyectos agroturísticos que no han sido tomados en cuenta en las cifras, por lo tanto se entiende que el sector turismo podría aportar en mayor cantidad a la economía del cantón. Por tal motivo el cantón ha tratado de diversificar sus ingresos económicos implementando el agroturismo en sus actividades, para dar una mejor calidad de vida a sus residentes. Igualmente porque cuenta con varias comunidades o parroquias rurales e indígenas como son: el pueblo de Piñan, la población de San Miguel, Quiroga, Imantag, Peñaherrera, 6 de julio de Cullaje, Apuela, Vacas Galindo, García Moreno y Plaza Gutiérrez. Además en la actualidad existen algunos actores que promueven el turismo rural y agroturismo en el cantón como por ejemplo: Runa Tupari y REI (organización de agroproductores, asociaciones turísticas y artesanales).



CAPÍTULO II

2. Estudio de mercado

2.1. *Perfil del turista que llega al cantón Cotacachi*

Según el MINTUR (2017) en cuanto al perfil extranjero que Visita Ecuador, este tiene aproximadamente 36 años, predomina el género masculino, es soltero y tiene estudios superiores, provenientes principalmente de países como: Colombia, Argentina, Alemania, España, Estados Unidos y Canadá. Su motivación de viaje es ocio, vacación, recreo y cultura. En este caso cabe mencionar que la Provincia de Imbabura se encuentra en el top 10 de destinos que visita un turista extranjero en Ecuador, y el cantón Cotacachi es uno de los más importantes en el sector.

2.2. *Técnica de recogida de información para conocer al potencial turista de la finca*

Para el presente trabajo se utilizó la herramienta de encuesta donde se abordan preguntas cerradas y abiertas para conocer al turista potencial del proyecto. En este sentido se realizó un estudio para conocer el nicho de mercado al que se debe realizar las encuestas, obteniendo los siguientes datos: rango de edad entre 21 a 45 años, personas con un nivel económico medio-alto y alto, enfocado en las provincias de las ciudades de Quito e Ibarra, ya que son los mercados más cercanos al proyecto. Las encuestas se realizaron mediante plataformas digitales y personalmente a través del escaneo de la encuesta en un teléfono móvil por un código QR. El tiempo estimado de recolección de datos es de 1 semana.

2.2.1. Resultados.

Tabla 1. Género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	219	57%
Femenino	165	43%
total	384	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023

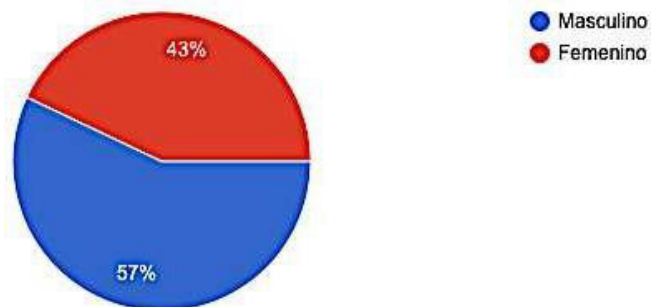


Figura 4. Género

El 57% de los encuestados representa al género masculino y el 43% al femenino. Con estos resultados se podrá determinar actividades para cada género, en este caso el género masculino tiene más representatividad.

Tabla 2. Edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje
Menor a 18	9	2,3%
De 18 a 24	185	48,2%
De 25 a 34	82	21,4%
De 35 a 44	52	13,5%
De 45 a 54	45	11,7%
Más de 54	11	2,9%
total	384	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023

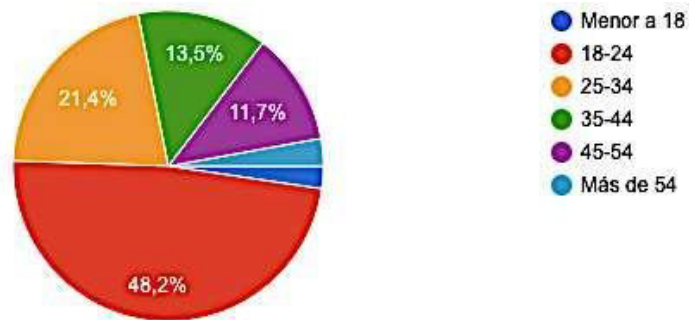


Figura 5. Edad

El grupo más significativo está entre 18-24 años con un porcentaje de 48,2%, seguido de 25 a 34 años con un porcentaje de 21,4%, en tercer lugar de 35 a 44 años con un porcentaje de 13,5%, y en menor porcentaje con 11,7% el rango de 45 a 54 años. Estos datos ayudarán a determinar actividades para cada grupo correspondiente a su edad, según sus gustos y necesidades.

Tabla 3. Lugar de procedencia

Provincia	Frecuencia	Porcentaje
Pichincha	273	71%
Imbabura	92	24%
Otro	16	4%
Extranjero	3	1%
Total	384	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023

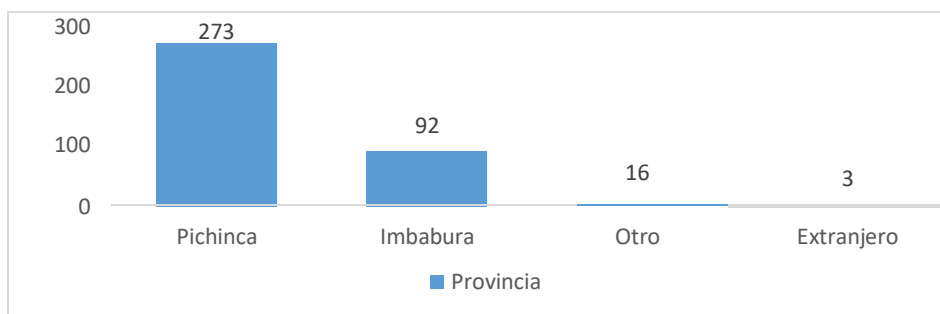


Figura 6. Lugar de procedencia

El 71% de los encuestados pertenecen a la provincia de Pichincha, seguido de la provincia de Imbabura con un 24%, y en un pequeño porcentaje se evidencia interés en otras provincias e

incluso extranjeros, aun que la encuesta se realizó unicamente en las dos provincias principales. Estos datos ayudarán a tener en cuenta los lugares potenciales para promocionar la experiencia turística.

Tabla 4. Nivel de educación

Nivel de educación	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	10	2,6%
Secundaria	111	28,9%
Superior	263	68,5%
Total	384	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023

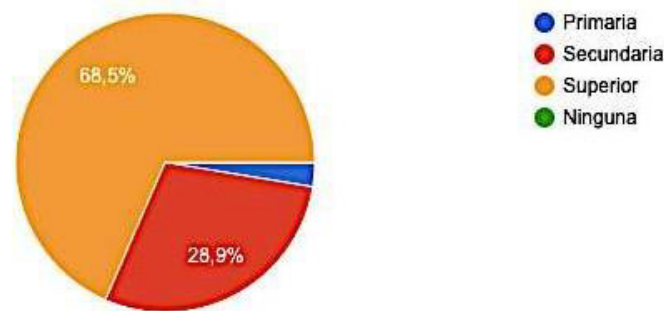


Figura 7. Nivel de educación

La gran mayoría de encuestados con un porcentaje de 68,5% cuentan con un nivel de educación superior, el 28,9% con un nivel secundario y en un pequeño porcentaje de 2,6% una instrucción primaria. Los datos muestran el nivel académico que tendrán los turistas potenciales del proyecto.

Tabla 5. Indique el rango de ingresos que tiene al mes

Ingresos	Frecuencia	Porcentaje
\$400- \$799	209	54,4%
\$800- \$1999	116	30,2%
\$2000- \$4999	44	11,5%
Más de \$5000	15	3,9%
Total	384	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023

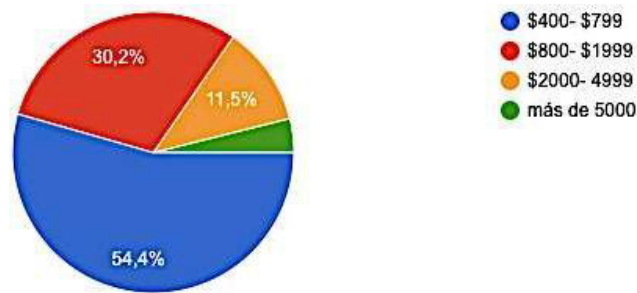


Figura 8. Rango de ingresos al mes

El 54,4% de los encuestados presentan un rango de ingresos mensuales de \$400- \$799, el 30,3% con ingresos de \$800- \$1999 al mes, el 11,5% de \$2000- \$4999 y en un porcentaje minoritario de 3,9% con ingresos mensuales de más de 5000 dólares. Con estos datos se evidencia el nivel económico de los potenciales turísticas, para tener en cuenta que tipo de turistas se tendrá y fijar precios acorde a esto.

Tabla 6. ¿Con qué frecuencia sale de viaje o realiza actividades turísticas?

Frecuencia de viaje	Frecuencia	Porcentaje
1 vez al mes	114	29,7%
Cada 15 días	33	8,6%
Cada fin de semana	34	8,9%
1 o 2 veces al año	192	50%
Otro	11	2,8%
Total	384	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023



Figura 9. ¿Con qué frecuencia sale de viaje o realiza actividades turísticas?

Los resultados muestran que el 50% de encuestados salen de viaje o realizan actividades turísticas una o dos veces por año, el 29,7% una vez al mes, casi en porcentajes iguales, cada fin

de semana con 8,9% y cada 15 días con 8,6% y un 2,8% que no tiene una frecuencia para hacer turismo definida. Estos datos nos ayudará a definir cuando se tendrá más visitante o turistas.

Tabla 7. Al realizar un viaje, ¿prefiere hacerlo: solo, acompañado con tu familia, en pareja o amigos?

Acompañamiento en el viaje	Frecuencia	Porcentaje
Acompañado	212	55,2%
Pareja	105	27,3%
Amigos	39	10,2%
Solos	28	7,3%
Total	384	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023

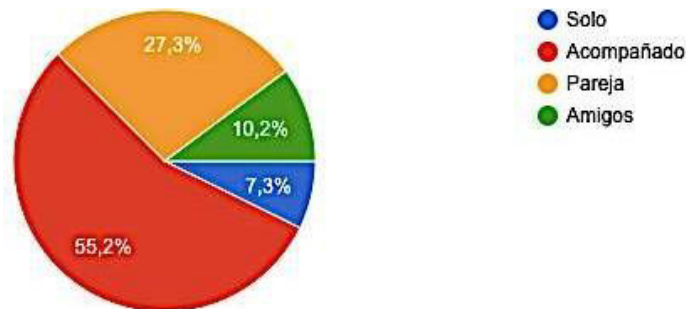


Figura 10. Preferencia de acompañamiento cuando viaja

Los datos revelan que la mayoría de encuestados, en este caso el 55,2% prefieren viajar acompañados con sus familia, el 27,3% en pareja, el 10,2% con amigo y finalmente el 7,3% prefieren hacerlo solos. Estos datos permiten conocer el número de personas que llegarán al proyecto según con quien prefieran viajar, al igual que realizar actividades específicas para cada grupo dependiendo sus necesidades.

Tabla 8. ¿Le gustaría realizar actividades turísticas en el campo?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	373	97,1%
No	11	2,9%
Total	384	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023

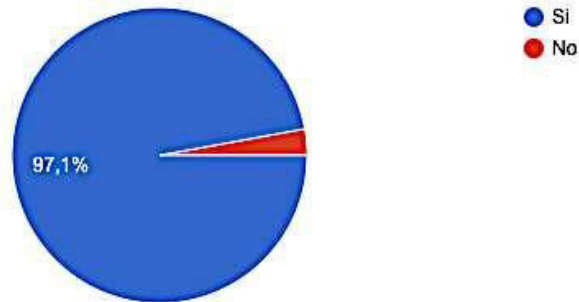


Figura 11. ¿Le gustaría realizar actividades turísticas en el campo?

El 97,1% de los encuestados les gustaría realizar actividades en el campo y en un pequeño porcentaje del 2,9% que no les gustaría. Estos datos ayudan a ver el interés de los potenciales turistas en realizar turismo en el campo.

Tabla 9. ¿Qué actividades le gustaría realizar?

Actividades	Frecuencia	Porcentaje
Camping	155	40,4%
Cabalgata	131	34,1%
Ciclismo	83	21,6%
Caminata	130	33,9%
Shamanismo	69	18%
Convivencia con la población	113	29,4%
Todas las anteriores	146	38%
Otro	6	1,8%
Total	833	217,2%
	384	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023

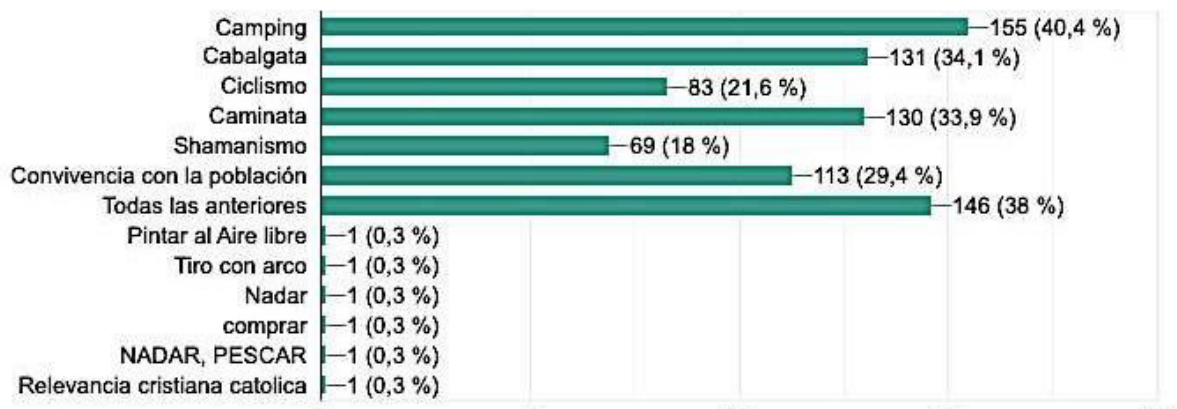


Figura 12. ¿Qué actividades le gustaría realizar?

155 de los 384 encuestados, es decir el 40,4% le gustaría realizar camping como principal actividad, un 38% están de acuerdo con todas las actividades mencionadas, el 34,1% desean realizar cabalgata, el 33,9% prefiere caminatas, el 29,4% le gustaría tener una convivencia con la población, el 21,6% realizaría ciclismo y el 18% le gustaría realizar shamanismo. Con estos resultados se tiene en cuenta que actividades incorporar para la satisfacción de los turistas.

Tabla 10. ¿Le gustaría realizar actividades culturales en el campo?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	370	96,4%
No	14	3,6%
Total	384	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023

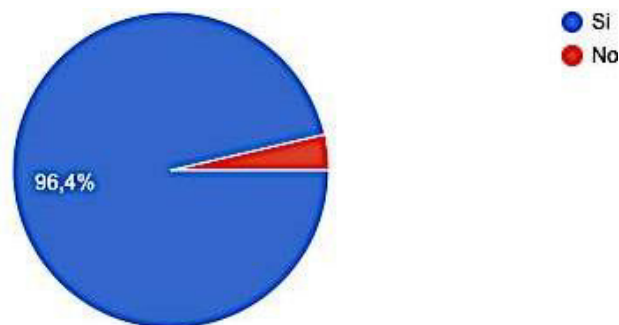


Figura 13. ¿Le gustaría realizar actividades culturales en el campo?

El 96,4% de los encuestados le gustaría realizar actividades culturales en el campo y el 3,6% no le gustaría. Estos datos permiten ver el interés por parte de los potenciales turistas en realizar actividades culturales en el campo.

Tabla 11. ¿Qué actividades prefiere realizar dentro de lo cultural?

Actividades	Frecuencia	Porcentaje
Participar en baile tradicional	103	26,8%
Talleres de artesanías	87	22,7%
Talleres de pintura y cerámica	87	22,7%
Fogata: cuentos e historias	175	45,6%
Elaboración de vinos artesanales	126	32,8%
Festivales musicales	64	16,7%

Todas las anteriores	156	40,6%
Total	798	207,9%
	384	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023

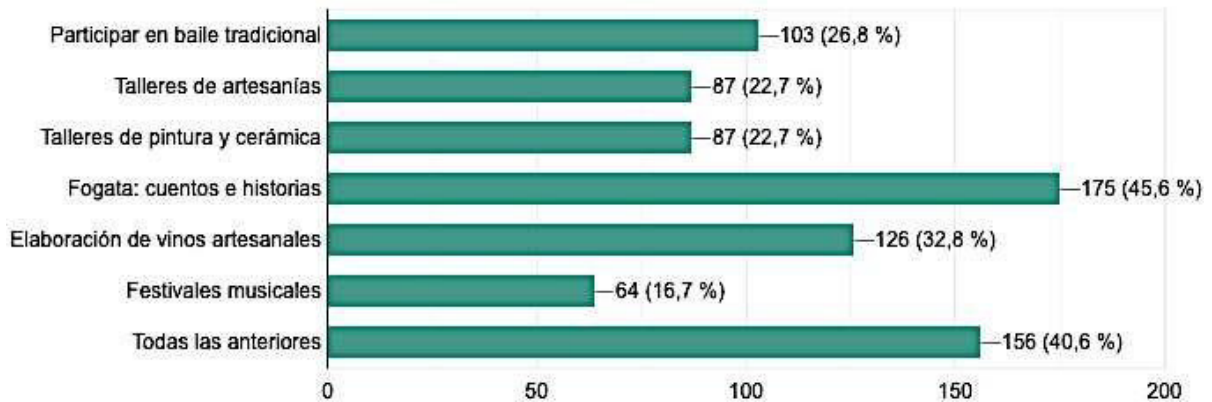


Figura 14. ¿Qué actividades prefiere realizar dentro de lo cultural?

Los datos muestran que el 45,6% prefieren realizar fogata: cuentos e historias, el 40,6% están de acuerdo con realizar todas las actividades mencionadas, el 32,8% prefieren la elaboración de vinos artesanales, el 26,8% le gustaría participar en baile tradicional, en igual porcentaje del 22,7% están los talleres de artesanías y pintura y cerámica y finalmente un 16,7% prefieren festivales musicales. Estos resultados ayudarán a tener en cuenta las actividades más escogidas para incorporarlas en la experiencia.

Tabla 12. ¿En qué temporada prefiere viajar?

Temporada	Frecuencia	Porcentaje
Enero, febrero, marzo	75	19,5%
Abril, mayo, junio	72	18,8%
Julio, agosto, septiembre	182	47,4%
Octubre, noviembre, diciembre	55	14,3%
Total	384	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023

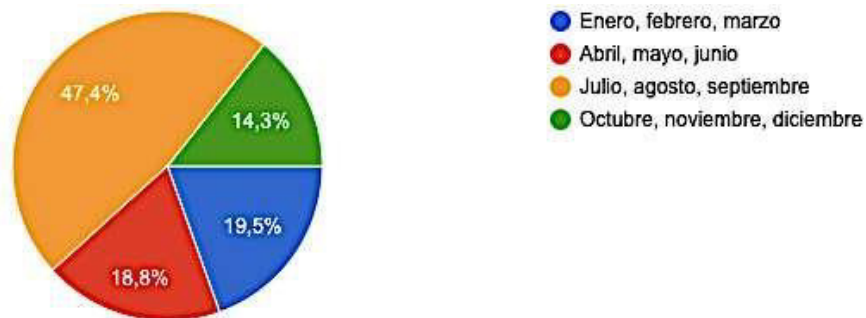


Figura 15. ¿En qué temporada prefiere viajar?

El 47,4% de los encuestados prefiere viajar en la temporada de julio, agosto, septiembre, el 19,5% prefieren hacerlo en enero, febrero, marzo, el 18,8% en la temporada de abril, mayo, junio y el 14,3% prefieren viajar en octubre, noviembre y diciembre. Estos resultados ayudarán a tener en cuenta los meses que podría haber más turistas y en que temporadas realizar promociones.

Tabla 13. ¿Tiene conocimiento de que es una experiencia turística?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	336	88,2%
No	45	11,8%
No responde	3	
Total	384	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023



Figura 16. ¿Tiene conocimiento de que es una experiencia turística?

Los resultados muestran que el 88,2% de los encuestados tienen conocimiento de que es una experiencia turística y el 11,8% no tiene conocimiento. Con esto se debe enfatizar en dar una

experiencia de calidad que se quede en la memoria de los turistas para que reconozcan lo que es una experiencia turística de calidad.

Tabla 14. ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por una experiencia turística en una finca agroecológica?

Valor	Frecuencia	Porcentaje
\$10-20	89	23,3%
\$21-30	143	37,4%
\$31-40	84	22%
\$41-50	36	9,4%
Más de 50	30	7,9%
No responde	2	
Total	384	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023

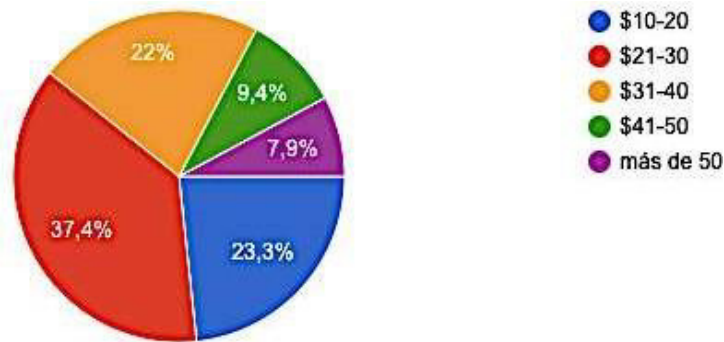


Figura 17. Precio por experiencia

El 37,4% estaría dispuesto a pagar de 21-30 dólares por una experiencia turística en una finca agroecológica, el 23,3% de \$10-20, seguido del 22% de \$31-40, el 9,4% de 41 a 50 dólares y el 7,9% estaría dispuesto a pagar más de 50 dólares. Estos datos ayudan a establecer los precios teniendo en cuenta cuanto estaría dispuesto a pagar un turista.

Tabla 15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete todo incluido (alojamiento, alimentación, actividades) en una finca agroecológica?

Valor	Frecuencia	Porcentaje
\$50-100	124	32,3%
\$101-150	102	26,6%
\$151-200	77	20,1%
\$201-250	37	9,7%

\$251-300	29	7,6%
Más de 300	15	3,9%
Total	384	100%

Valor

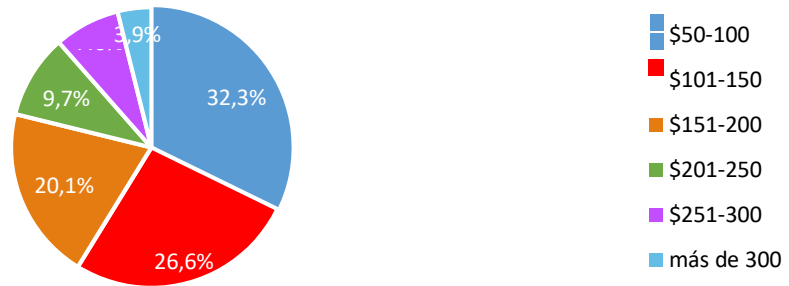


Figura 18. Costo por paquete todo incluido

El 32,3% estaría dispuesto a pagar de 50 a 100 dólares por un paquete todo incluido en una finca agroecológica, el 26,6% de \$101-150, el 20,1% pagaría de 151- 200 dólares, el 9,7% de \$201-250, el 7,6% de 251 a 300 dólares y el 3,9% estaría dispuesto a pagar más de 300 dólares. Estos datos ayudan a tener en cuenta cuanto cobrar por un paquete todo incluido.



CAPÍTULO III

3.- Propuesta

Se propone desarrollar una experiencia turística en la finca agroecológica Munakuy ubicada en la provincia de Imbabura, en el cantón Cotacachi, en la parroquia de Imantag, una experiencia turística vinculada al turismo rural y al agroturismo, donde se llevará a cabo varias actividades que en conjunto enriquecerán la experiencia. Así como actividades culturales que ayudarán al rescate de la identidad, costumbres y tradiciones de la comunidad indígena de Imantag, integrando igualmente a las personas de la comunidad en las actividades turísticas para generar ingresos económicos en sus hogares.

3.1. *Actividades con valor agregado*

- **Recolección de fruta y elaboración de productos y platos:** la finca principalmente está dedicada al cultivo de frutales, por lo cual, una de las actividades principales es la recolección de las diferentes frutas por parte de los turistas, esto se realizará en canastas que serán elaboradas por las personas de la comunidad con materiales autóctonos, las frutas podrán ser consumidas en ese momento o quienes quieran podrán llevárselas, de igual manera se realizará talleres para elaborar productos con las frutas cosechadas, en este caso uno de los talleres es la elaboración de vino, donde el turista será parte de todo el proceso y al final tendrá el placer de degustar varios vinos en la “cueva de la tentación” donde se realizará igualmente un recorrido guiado con personajes e historias del lugar y podrán disfrutar de una copa de vino en un ambiente tranquilo bajo tierra; los turistas que realicen un vino podrán regresar cuando este se encuentre listo para ser servido y así saborear su propia elaboración.



- **Clase de cocina y degustación:** los visitantes podrán participar en una clase de cocina donde aprenderán a preparar platos tradicionales utilizando ingredientes frescos de la finca. Después de la clase, podrán disfrutar de una deliciosa degustación de los platos preparados, experimentando los sabores auténticos de la cocina local.
- **Recorrido por la finca:** otra de las actividades es un recorrido guiado por la finca explicando todo sobre la producción de los frutales (siembra, cuidado, cosecha, producción) para los turistas interesados en el tema, donde estos podrán interactuar por ejemplo en la poda del árbol, para que de esta manera adquieran un conocimiento más amplio durante el recorrido. Los turista podrán disfrutar y aprender de la diversidad de productos que se cultivan como frutas, verduras y hierbas medicinales, además se explicará el enfoque agroecológico, destacando la importancia de la conservación del suelo, el uso de abonos orgánicos y una agricultura sostenible.
- **Participación en actividades agropecuarias:** los visitantes tendrán la oportunidad de participar en varias actividades agrícolas, como la siembra, el cultivo y la recolección o cosecha de productos; esto les permitirá experimentar de primera mano el trabajo en la finca y aprender técnicas de cultivo sostenible. Además podrán realizar actividades pecuarias o de granja como la recolección de huevos, trasquileo de borregos, ordeño de vacas y chivos, etc., de esta manera tendrán un mayor contacto y experiencia con los animales.
- **Convivencia con la comunidad:** desde la finca se realizarán visitas a la comunidad de imantag, donde se convivirá con familias de la zona, las cuales mostrarán su forma de vida a los turistas y se realizará una representación de eventos importantes para la comunidad, donde se integrará al turista en la representación (por ejemplo una fiesta



tradicional), y se termina la visita con la denominada “Pambamesa” que es un compartir de alimentos que se realiza como agradecimiento entre todas las personas de la comunidad, en este caso el turista participará en la colocación de todos los alimentos y su degustación (alimentos que serán preparados por las personas de la comunidad con productos propios de la zona).

- **Fogata:** en la noche se realizará una fogata, donde se narrarán cuentos e historias, se realizará una representación visual (actuación) de una de las historias, también se dará espacio para que los turistas cuenten sus historias.
- **Representaciones fiestas tradicionales:** se realizará representaciones de fiestas tradicionales como el “Inti Raymi” o la fiesta de “San Juan”, donde el turista podrá participar activamente en el baile, se podrá colocar el traje típico o tocar algún instrumento si desea. La representación será exactamente como es en realidad para que el turista viva la verdadera experiencia.
- **Talleres:** se realizarán talleres de artesanías, pintura y cerámica, por ejemplo la elaboración de fachalinas con la ayuda de personas de la comunidad que puedan hacerlo, en especial se hará participe a las mujeres para resaltar su importancia en la comunidad. Los talleres se promoverán especialmente para madres e hijos, para crear un vínculo y generar una experiencia más satisfactoria y para parejas.

3.2. Actividades complementarias

- **Recepción y bienvenida:** al llegar a la Finca Agroecológica Munakuy, los visitantes serán recibidos por personal amable con una bebida y un pequeño bocadito tradicional mientras reciben una introducción a la filosofía y prácticas agroecológicas de la finca.



- **Excursiones y contacto con la naturaleza:** La finca está rodeada de hermosos paisajes naturales y cuenta con varios recursos naturales, por lo que se puede organizar excursiones guiadas al Mirador Muyu Urcu, vertiente Hierba BuenaPugio, Cascada Caballito, el Bosque protector de Peribuela, Volcán Cotacachi y laguna de Piñán. Los visitantes podrán apreciar la flora y fauna local, aprender sobre la importancia de la conservación del ecosistema y disfrutar de vistas panorámicas de la región.
- **Programas educativos:** se organizarán talleres y programas educativos sobre agricultura orgánica y sostenible. Se incluirán charlas sobre prácticas de cultivo, conservación de suelos, uso de abonos orgánicos y prácticas agroecológicas.
- **Programas de voluntariado:** se creará programas de voluntariado para que las personas puedan participar como voluntarios en la finca durante algunos días. Esto les brindará una experiencia más inmersiva y la oportunidad de aprender y contribuir activamente a las labores agrícolas y pecuarias.
- **Alojamiento:** la finca cuenta con una casa de hacienda donde se realizará el alojamiento para los turistas, además de cabañas tradicionales para que los turistas vivan la verdadera experiencia en el campo.

3.3. Estrategias de marketing

- **Sitio web:** crear un sitio web para la finca donde se destacará los aspectos únicos de la experiencia agroecológica. Incluirá información detallada sobre alojamiento, actividades, talleres, programas educativos, experiencias o testimonios de visitantes anteriores y contactos para reservas. Además contará con un blog donde se compartirá artículos y contenido relacionado con la agricultura orgánica, recetas saludables,



consejos de cuidado de un árbol frutal, historias de éxito de la finca, entre otros. Se aplicará motores de búsqueda CEO Y SEM para lograr una mayor visibilidad en los resultados de búsqueda.

- **Redes sociales:** utilizar plataformas de redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok para promocionar la finca y compartir contenido multimedia relacionado con la agricultura orgánica, sostenible y actividades que se llevan a cabo en la finca, además de promociones. Se publicará fotos, video y datos relevantes, periódicamente para mantener a los seguidores interesados y fomentar la interacción. Se realizará reels y transmisiones en vivo para mostrar la finca y las actividades en tiempo real.
- **Email marketing:** crear una lista de correos electrónicos con los visitantes que han mostrado interés en la finca y enviar flyers cada cierto tiempo con actualizaciones, promociones especiales, recetas o noticias relevantes sobre agricultura y sostenibilidad. Para esto se pedirá consentimiento de los visitantes antes de enviarles correos y se ofrecerá la opción de cancelar suscripción en cualquier momento.
- **Marketing de influencias:** buscar colaboraciones con influencers para que promocionen la finca, brindándoles una visita a la finca todo pagado con el objetivo de que compartan su experiencia en todas sus redes sociales.
- **Listados en directorios de turismo:** registrar a la finca en directorios y sitios web especializados en turismo, ecoturismo, turismo comunitario, agroturismo, etc. Esto permitirá que las personas interesadas en este tipo de experiencias encuentren fácilmente la finca cuando busquen destinos o actividades en la zona.



3.4. Alianzas estratégicas

La principal alianza que se debe llegar es con la comunidad, para que participen en las actividades turísticas que se va a realizar y puedan estar en armonía con los turistas que llegarán a su comunidad, sobre todo con las familias donde se llevará a cabo la convivencia con la población, todo será a cambio de un pago digno que ayudará a su economía.

De igual manera para complementar la experiencias turística se planea realizar tours a diferentes lugares de interés turístico en la zona, como el Complejo Cultural Fábrica Imbabura y otras fincas agroecológicas de interés, como plantaciones de rosales, por lo cual se requiere crear alianzas con los dueños de estos lugares para tener descuentos, promociones o intercambios de turistas mutuamente.

Por último se realizará una alianza con agencias de viaje como Metropolitan Touring para la emisión de turistas, ya que existen un gran grupo de turistas que viajan a Galápagos pero pernoctan uno o dos días en Quito, antes o después de su viaje, días en los cuales los turistas podrían pasarlo en la finca agroecológica, gracias a su cercanía con la ciudad de Quito. Esto se realizaría bajo comisión.

3.5. Nombre y marca turística

Para esta propuesta se plantea la siguiente marca turística que se puede observar en la figura

17.

Figura 19. Marca turística de la propuesta "Finca agroecológica Munakuy"



Fuente: Elaboración propia, 2023

Munakuy es una palabra Quechua que quiere decir “amar” en este sentido amar la naturaleza, amarse en comunidad y amar las costumbres, tradiciones y cultura. El logo contiene varios elementos que representan la propuesta: a) la M en forma de montaña que representa el volcán Cotacachi el cual está al frente de la finca, b) la cabaña ya que igualmente la propuesta se complementará con los servicios necesarios para que el turista pueda satisfacer y mejorar su experiencia en la finca, c) la manzana, ya que la principal producción en la finca es de manzana, d) las líneas en la Y representan las hualcas o collares que usan las mujeres indígenas de la zona, e) la línea de colores que presenta los bordados que se realizan en la zona.



4. Conclusiones

- Tras la pandemia de Covid-19 las modalidades de turismo de naturaleza han tomado más valor, por lo cual el proyecto planteado es una propuesta factible de acuerdo a los gustos y necesidades de los turistas actuales. Además en la provincia de Imbabura y en el cantón cotacachi existen varios atractivos naturales y culturales que pueden complementar la experiencia y, a pesar de la falta de atractivos turísticos en la parroquia de Imantag, esta cuenta con varios recursos que podrían ayudar a la experiencia.
- Según los resultados obtenidos en las cuestras, los potenciales turistas del proyecto tendrían en su mayoría entre 18 a 24 años pero sin dejar a un lado los demás rangos de edades, con un nivel de educación superior, con un sueldo de \$400 a \$ 799 dólares en su mayoría los cuales salen una 2 o veces al año de viaje y prefiere hacerlo en familia, prefieren salir en los meses de julio, agosto y septiembre, dispuestos a pagar de 21-30\$ por una experiencia turística y 50-100\$ por un paquete todo incluido en una finca agroecológica. Se puede comprobar que las actividades propuestas para generar la experiencia turística tiene aceptación por los potenciales turistas, sin embargo se deben implementar más actividades como la pintura al aire libre.
- Las actividades propuestas para crear la experiencia turística beneficiarán a la comunidad de imantag y al desarrollo socio económico de la parroquia, al igual que ayudarán a la recuperación o preservación de la cultura, costumbres y tradiciones de la misma.



5. Recomendaciones

- Se debe generar una base de datos y estadísticas con los turistas que lleguen a la finca para tener un conocimiento siempre actualizado del perfil de turista que visita la finca para crear una experiencia turística adecuada.
- Añadir actividades nuevas frecuentemente para atraer a más turistas y para generar clientes leales que siempre regresen a la finca.
- Socializar los beneficios que tendrá la comunidad de Imantag con este proyecto para propiciar la participación de la población.



6. Referencias

- Agüera, F. O. (Ed.). (2013). *“El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados”* (Vol. 38, Número 2). *Nómadas: revista crítica de ciencias sociales y jurídicas*. https://doi.org/10.5209/rev_NOMA.2013.v38.42908
- Blanco, M. M. (2013). El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial. *Desarrollo de los agronegocios y la agroindustria rural en América Latina y el Caribe*.
https://www.academia.edu/5013536/El_agroturismo_como_Marvin_Blanco_M
- Chejín, S. R. (2021). *El impacto de un Ecuador sin turistas*. GK.
<https://gk.city/2021/03/07/pandemia-turismo-ecuador/>
- de Cotacachi, G. A. D. M. (2019). *PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO CANTONAL DE COTACACHI*. Gob.ec. https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2020/07/PLAN-DE-DESARROLLO-TUR%C3%8DSTICO-DE-COTACACHI-VERSI%C3%93N-FINAL-AME-2_compressed.pdf
- del Ecuador, M. de T. (2020). *Comportamiento del turismo a nivel nacional dado la nueva normalidad generada por la afectación del virus covid-19*. Ecuador. servicios. turismo. gob.ec. https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/DespuesCovid/Comportamiento-Covid-VERSION-FINAL_JSP.pdf
- del Turismo, O. M. (2022). *LA RECUPERACIÓN DEL TURISMO ACELERA PARA ALCANZAR EL 65% DE LOS NIVELES ANTERIORES A LA PANDEMIA*. Unwto.org.
<https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>



Ferreira, D. I. R., & Sánchez-Martín, J.-M. (Eds.). (2022). *La función de las áreas agrícolas en el debate epistemológico sobre el turismo rural, el agroturismo y el agroecoturismo 1 The role of agricultural areas in epistemological debate on rural tourism, agritourism and agroecotourism* (Vol. 81). Revista de Geografía Norte Grande.

<https://www.scielo.cl/pdf/rgeong/n81/0718-3402-rgeong-81-235.pdf>

Galzacorta, M. A., & Fernández, A. (2022). *Diseñando experiencias sostenibles en turismo*.

Tirant Humanidades.

Imantag, G. A. D. (s. f.). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquia Imantag 2015*

-2035. Gob.ec. <https://www.imbabura.gob.ec/phocadownloadpap/K-Planes-programas/PDOT/Parroquial/PDOT%20IMANTAG.pdf>

Mendoza, M. G., Hernández, C. G., & Villarreal, L. Z. (Eds.). (2009). *Turismo rural: Participación de las comunidades y programas federales* (Número 17). El Periplo Sustentable.

<https://www.redalyc.org/pdf/1934/193414420001.pdf>

Mora, C. (2020). *Tendencias turísticas post-COVID*. Entorno Turístico.

<https://www.entornoturistico.com/tendencias-turisticas-post-covid/>

Ortiz, P. (s. f.). *Las nuevas tendencias en el consumidor de turismo*. Amara-marketing.com.

<https://www.amara-marketing.com/blog-turismo/nuevas-tendencias-en-el-consumidor-de-turismo>

Otto, J. E., & Ritchie, J. R. B. (1996). The service experience in tourism. *Tourism*

Management, 17(3), 165-174. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(96\)00003-9](https://doi.org/10.1016/0261-5177(96)00003-9)



- Oviedo, M. S., & Olivo, F. (2021). *Tendencias del turismo post covid-19 Una reflexión para Ecuador*. congope.gob.ec. <http://www.congope.gob.ec/wp-content/uploads/2021/06/Tomo-14-completo.pdf#page=49>
- Pérez, S. (2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural. *Agronomía colombiana*, 28(3), 493-499.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-99652010000300018
- Ryan, C. (1997). *The Tourist Experience*. Cassell.
- Sernatur. (2017). *Manual de diseño experiencias turísticas*. Calidadturistica.cl.
<http://www.calidadturistica.cl/wp-content/uploads/2018/04/MDD-Manual-de-Experiencias-Turísticas.pdf>
- Séigny, A. [@AlainSeigny]. (2017). *Experiencia turística : Los 4 tipos de experiencia (2017)*. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=3_S5mVk9knM
- Suárez, M. J. A. (Ed.). (2012). *La generación de la imagen del destino a través de las fuentes de información y comunicación turística: El caso Gallego* (Número 93). Revista de Estudios Regionales. <https://www.redalyc.org/pdf/755/75524557001.pdf>



FIRMA
Evelin Enríquez



FIRMA
Evelin Enríquez



FIRMA
Evelin Enríquez

Melisa Rodríguez
FIRMA DOCENTE TUTOR

Coordinadora de la Carrera de Turismo

7. ANEXOS

ANEXO 1. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA												
NOMBRE DEL TRABAJO:		Creación De Experiencia Turística En Finca Agroecológica Munakuy, En La Parroquia De Imantag, Cantón Cotacachi, Provincia De Imbabura										
AUTOR:		Evelin Enríquez										
TUTOR:		Melisa Rodríguez										
FECHA:		29 de junio del 2023										
ACTIVIDADES	MESES									% VALORACIÓN	PRESUPUESTO	
	1	2	3	4	5			
1. Levantamiento de información	x	x									100%	\$20
2. Realización de encuestas			x								100%	\$60,25
2.1. Planteamiento de resultados			x								100%	\$0
3. Planteamiento de costos				x							100%	\$0
4. Conclusiones y recomendaciones					x						100%	\$0
5. Revisiones finales					x						100%	\$0
											100%	\$80,25



FIRMA
Evelin Enríquez

FIRMA
Evelin Enríquez

FIRMA
Evelin Enriquez

Melisa Rodríguez
FIRMA DOCENTE TUTOR TURISMO

ANEXO 3. COSTOS

Inversión inicial			
Costos fijos			
Cantidad	Detalle	Valor unitario	Valor total
1	Despalilladora	\$823,82	\$823,82
1	Prensa	\$239,40	\$239,40
1	Depósito de fermentación	\$250	\$250
3	PH metro	\$17	\$51
20	Provetas 10 ml	\$3,10	\$62
2	Barrica 10 litros	\$95	\$184
2	Barrica 1 litro	\$29,95	\$59,9
1	Maquina encorchadora	\$180	\$180
2	Zamarro	\$135	\$270
5	Sombreros	\$10	\$50
5	cabresto	\$15	\$75
3	armónica	\$13	\$39
4	Columna de madera	\$13,05	\$52,2
1	Paja para 200m	\$600	\$600
10	Vigas de madera aserrada	\$15,20	\$152
5	Mesas de madera	\$50	\$250
20	Sillas	\$10	\$200

15	Instalación de luminaria en cueva	\$150	\$150
1	Barra para bebidas de madera	\$30	\$30
5	mesas cocteleras de madera	\$30	\$150
3	Stand para vinos	\$50	\$150
TOTAL COSTOS FIJOS			\$4.018,32
Costos variables			
50	Canastas de yute	\$20	\$1000
10	Levadura (al por mayor)	\$9	\$90
5	Metabisulfito de potasio (1kg)	\$10,49	\$52,45
10	Clarificante (bentanita 1lb)	\$3,50	\$35
50	Botellas de vidrio	\$1	\$50
1	Tapones de corcho natural (por paquete de 200)	\$36,99	\$36,99
1	Mullos (sarta)	\$80	\$80
TOTAL COSTOS VARIABLES			\$1.344,44
TOTAL			\$5.362,76



FIRMA
Evelin Enríquez

FIRMA
Evelin Enríquez

FIRMA
Evelin Enríquez

Melisa Rodríguez
DOCENTE UIDE

Melisa Rodríguez
Docente UIDE