



**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR
FACULTAD DE HOSPITALIDAD Y GESTIÓN AMBIENTAL**

ESCUELA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y MEDIO AMBIENTE

**TRABAJO DE TITULACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN TURISMO**

**“DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA DESTILERÍA
ANDEAN SPIRITS S.A.”**

Autor

FRANCY JÁCOME FERNÁNDEZ

Director

Mgt. Verónica herrera y MBA. Ana Carolina Maldonado

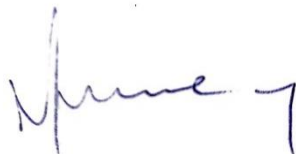
Julio 2022

D.M. de Quito – Ecuador

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Francy Elizabeth Jácome Fernández**, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y demás disposiciones legales.



.....
FRANCY ELIZABETH JÁCOME FERNÁNDEZ

CI: 1722692322

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, MBA. Ana Carolina Maldonado, certifico que conozco al autor del presente trabajo siendo la responsable exclusiva tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'acmaldonado', written over a horizontal line.

.....
MBA. Ana Carolina Maldonado
DIRECTOR DE TESIS

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Verónica Herrera, certifico que conozco al autor del presente trabajo siendo la responsable exclusiva tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.



Firmado electrónicamente por:
**VERONICA
ALEXANDRA HERRERA
FLORES**

.....
Verónica Herrera

DIRECTOR DE TESIS

Agradecimiento

Agradezco al espacio y tiempo universal que han jugado a mi favor, a las plantas que me han despertado inspiración para realizar esta investigación, al agua que ha calmado mi sed, al fuego que vive en mi corazón y me alimenta, al viento que me susurra advenimientos de nuevas etapas en la vida y a Dios universal que siempre está presente en mi ser y en todas partes de esta infinita existencia.

Agradezco a todas las personas que han colaborado para la realización de esta tesis de grado. A mi madre quien me ha apoyado incondicionalmente, con mucha paciencia y cariño, a M quien siempre creyó en mí y a mis familiares y amigos que han aportado con ideas, conceptos y sobre todo su dedicación y tiempo.

Dedicatoria

Dedico esta tesis a todas aquellas personas soñadoras, para que nunca se rindan y siempre perseveren con sus ideales, que confíen en su potencial y crean en el universo que nos cuida a cada instante.

A mi padre Camilo que me enseñó la perseverancia y el camino del bien.

Francy Jácome F.

1. Índice

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA.....	3
APROBACIÓN DEL TUTOR	4
APROBACIÓN DEL TUTOR	5
2. RESUMEN	1
3. ABSTRACT.....	2
4. INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO I.....	5
1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	5
1.2 PLANTEAMIENTO, FORMULACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	5
1.3 OBJETIVOS.....	7
1.3.1 <i>Objetivo General</i>	7
1.3.2 <i>Objetivos Específicos</i>	7
1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	8
1.5 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	8
1.6 MARCO TEÓRICO	9
CAPÍTULO II.....	18
2. EVALUACIÓN TÉCNICA DE LAS INSTALACIONES DE LA DESTILERÍA ANDEAN SPIRITS.....	18
2.1 <i>Localización de la destilería Andean Spirits</i>	18
2.2 <i>Descripción de la compañía Andean Spirits</i>	21
2.3 <i>Procesos productivos de ANSPI</i>	24
2.4 ANÁLISIS DE LAS INSTALACIONES DE LA PLANTA DE ANSPI	29
CAPÍTULO III.....	37
3. MERCADO	37
3.1.1 <i>Segmentación del mercado</i>	37
3.2 MERCADO OBJETIVO.....	37
3.2.1 <i>Mercado nacional y el mercado internacional</i>	37
3.2.2 <i>Análisis de macro y microentorno</i>	38
3.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	39
3.3.1 <i>Competencia directa</i>	39
3.4 PLAN DE MARKETING	42
3.4.1 <i>Diseño de la experiencia</i>	42
3.4.2 <i>Estrategia de precios y ventas</i>	54
3.5 PUBLICIDAD	55
3.5.1 <i>Promoción online</i>	55
CONCLUSIONES.....	60
RECOMENDACIONES.....	62
BIBLIOGRAFÍA	63
ANEXOS	67
4. GUION TURÍSTICO.....	67

2. Resumen

El presente proyecto de diseñar un producto turístico en la Parroquia de Yaruquí promueve la iniciativa de proporcionar a los visitantes una experiencia acorde a las necesidades actuales en un espacio adaptado a las actividades de recreación y aprendizaje vivencial, así como también para dar a conocer las tradiciones culturales de los andes ecuatoriales. La problemática actual señala la falta de un producto turístico en las instalaciones de la destilería de Andean Spirits (ANSPI), por lo que la importancia de la investigación presente es la de fomentar actividades de ocio y recreacionales, por medio de la propuesta de una experiencia turística dirigida a un público nacional y extranjero que está motivado por intervenir en proyectos con un aspiracional de vida. La metodología de investigación está orientada hacia realizar una evaluación técnica de las instalaciones de Andean Spirits, así como, elaborar una propuesta de uso turístico y de operación turística. El diseño y planificación de espacios turísticos debe estar enfocado en resolver la optimización del equipamiento, en este caso, la infraestructura de la destilería ANSPI, será usada para la creación de un producto turístico que brinde una experiencia, diseñado con parámetros derivados de un estudio del área en cuestión y sus carencias para actividades de ocio y recreativas.

Palabras clave: turismo, diseño turístico, producto turístico, experiencia, chawarmiske, gastronomía, bebidas alcohólicas

3. Abstract

The present project examines the potential to develop a touristic product in a distillery in the Parish of Yaruqui that would provide visitors with recreational activities and experiential learning opportunities, while communicating and elaborating upon the cultural traditions of the equatorial Andes. The current problem lies in the lack of touristic infrastructure in the facilities of the Andean Spirits distillery (ANSPI). The importance of the present research is to examine the space and its current needs and design and propose a touristic experience aimed at a national and foreign public that already demonstrates a motivation to take part in similar recreational touristic activities. The research methodology commences with a technical evaluation of the facilities of ANSPI and elaborates a proposal for the space's touristic use and operation. The existing infrastructure of the ANSPI distillery will be used for the creation of a new touristic product that is designed within the parameters of the leisure and recreational activities of the area in question.

Key words: tourism, tourism design, tourism product, experience, chawarmiske, gastronomy, alcoholic beverages.

4. Introducción

El presente estudio está dedicado al diseño de una experiencia turística para la destilería Andean Spirits S.A. en la Parroquia de Yaruquí surge con la iniciativa de proporcionar a las personas un espacio de recreación, acorde a las necesidades del público, así como también para fomentar la recuperación del agave o penco andino (*Furcraea andina*) que motive al rescate de saberes de los pueblos indígenas ecuatorianos.

Asimismo, la investigación presente está sustentada en casos exitosos de experiencias similares en otros lugares, tanto internacionales como nacionales. Una experiencia internacional es el caso de Tequila, una localidad en Jalisco, México, donde la actividad turística que se realiza entorno a haciendas y destilerías de “tequila”, la bebida nacional de este país ha tenido un gran éxito. Por otro lado, la experiencia “Casa Agave” en Quito, brinda un producto turístico ya estructurado y con un mercado establecido, siendo la única en su tipo dentro de la ciudad, brinda a los visitantes los conocimientos sobre la planta de donde se obtiene la materia prima para una bebida alcohólica que se denomina “miske” y es considerada espirituosa por su proceso de destilado.

Una revisión de los antecedentes en Ecuador y la literatura existente sirve para formar un marco teórico. Se propondrá un diseño para una experiencia turística de índole temática gastronómica en la destilería de Andean Spirits en Yaruquí.

También, se recopilan datos empleando herramientas de la metodología cualitativa, incluyendo un estudio en campo para realizar un análisis de los potenciales atractivos turísticos que se incluirán en la elaboración de un producto turístico que incorpore la historia e importancia del agave andino (*Furcraea andina*) en la cultura andina ecuatoriana, el proceso de elaboración de una bebida espirituosa a partir del derivado de esta planta y algunas tradiciones que se mantienen en el territorio de los andes ecuatoriales.

Así pues, se puede implementar un producto turístico en la destilería Andean Spirits, donde se pueda mostrar la manera en que se realiza la cosecha tradicionalmente, el proceso de producción en la destilería y además saborear la bebida terminada, entre otras actividades recreativas. Los visitantes tendrán un espacio en el cual podrán participar del proceso de elaboración del licor de agave andino (*Furcraea andina*) así como influenciar al rescate del chawarmiske, como parte de los saberes y tradiciones de los pueblos andinos, de su gastronomía y los usos ancestrales de esta bebida.

Además, el presente proyecto se realiza con el objetivo de aportar ingresos económicos al país a través de la industria turística, diversificar la oferta turística en base a bebidas alcohólicas en Quito, y generar más ingresos para la compañía Andean Spirits.

Capítulo I

1.1 Tema de Investigación

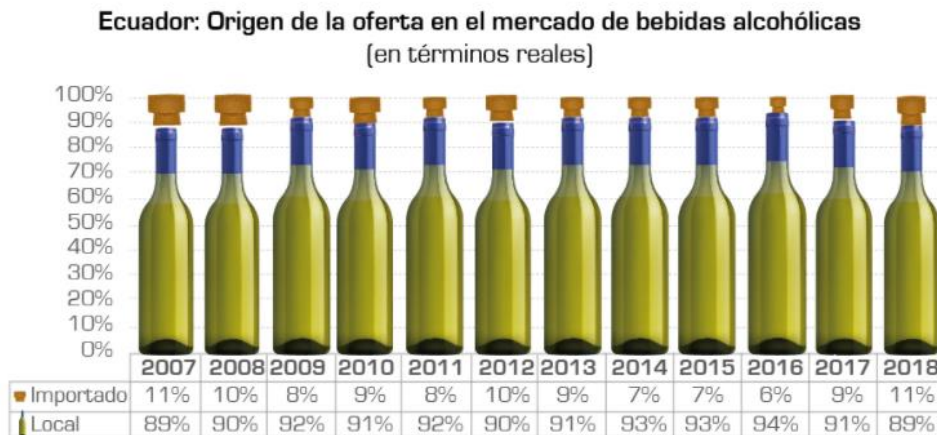
Diseño de un producto turístico para la destilería Andean Spirits S.A.

1.2 Planteamiento, Formulación y Sistematización del Problema

En el Ecuador, según datos del Banco Central del Ecuador (2020), las bebidas en general representan un mercado de USD 3.5 millones y de este el 61% entre 2007 y 2018 estuvo conformado por las bebidas alcohólicas. De estas bebidas alcohólicas, el 91% de lo producido y comercializado fue de origen nacional frente al 9% de los productos importados (ver figura 1).

Figura 1

Origen de la oferta en el mercado de bebidas alcohólicas



Nota. Tomado de Revista Industrias, 2020, <https://revistaindustrias.com/el-mercado-de-bebidas-alcoholicas-en-ecuador/>

La misma fuente revela que en cuanto a los productores, más de 390 empresas que se dedican a la industria de destilación de bebidas alcohólicas que presentan un total de ventas para 2018 de USD 121.6 millones (ver figura 2).

Figura 2

Ventas de las empresas de la industria de la destilación de bebidas alcohólicas

Ecuador: Ventas de las empresas de la industria de destilación de bebidas alcohólicas
(cifras en dólares)

	2018	2019
CORPORACIÓN AZENDE S. A.	28.359.462	n/d
PRODUCARGO S. A. PRODUCTORA DE ALCOHOLES	20.728.763	n/d
LICORES DE AMERICA S. A. LICORAM	7.777.142	8.916.457
INDUSTRIA LICORERA IBEROAMERICANA ILSA S. A.	7.581.821	7.916.116
COSMICA CIA LTDA.	5.936.462	n/d
BALDORE CIA LTDA.	4.875.066	8.987.380
EMBOTELLADORA AZUAYA S. A. EASA	4.639.157	n/d
ECUAHIELO S. A.	3.191.641	6.568.215
INDUSTRIA LICORERA EMBOTELLADORA DE LOJA S A ILELSA	2.840.725	3.710.037
LICORES SAN MIGUEL S. A. LICMIGUEL	2.779.691	2.535.811
IMPORTADORA EXPORTADORA Y COMERCIALIZADORA EDC COMPANY S	2.642.466	n/d
INFORMA PORT S. A.	2.562.017	2.178.142
COMPAÑIA EMBOTELLADORA INDUSTRIAL LICORERA MANABICA CELMA	2.089.400	1.781.225
LOGIST FERDERA S. A. LOGISFERDERASA	1.619.014	n/d
CALAMANTE S. A.	1.418.522	1.550.725
Otras 393 empresas	22.649.157	18.346.141
Elaboración de bebidas malteadas y de malta	121.690.503	n/d



Nota. Tomado de Revista Industrias, 2020, <https://revistaindustrias.com/el-mercado-de-bebidas-alcoholicas-en-ecuador/>

Uno de los productores es la empresa Andean Spirits (ANSPI) S.A., ubicada en Yaruquí-Pichincha, que se dedica a la elaboración y comercialización de bebidas alcohólicas, principalmente el licor proveniente del agave andino (*Furcraea andina*), conocido en los Andes Ecuatorianos como penco.

En la actualidad, la empresa no cuenta con un recorrido turístico dentro de sus instalaciones, a diferencia de otras empresas competidoras, por medio de la creación de una experiencia turística. La creación de una experiencia turística según explica Carballo Fuentes (2014) es una forma de despertar emociones y sensaciones por medio de diferentes estímulos generados por los turistas al tener contacto con un producto turístico, lo que puede significar un nuevo ingreso para la empresa, además de generar una posible fuente de empleo para las integrantes de la Asociación de Mujeres Mishkita.

Es importante comprender que una experiencia turística no puede ser correctamente desarrollada si ANSPI S.A. no se conforma como un producto turístico integral, de acuerdo con la Organización Mundial de Turismo, define a un producto turístico como:

Una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de comercialización de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital. (OMT, 2020, p.19)

Por lo tanto, antes de pensar en generar la experiencia turística, debemos definir si la planta de Andean Spirits S.A. cuenta con todos los elementos necesarios para convertirse en un producto turístico que pueda llegar a crear la experiencia turística en sus visitantes.

La presente investigación tendrá como objetivo el elaborar un producto turístico que incorpore la historia e importancia del agave andino (*Furcraea andina*) en la cultura andina ecuatoriana, además de explicar los procesos de extracción de la savia, la elaboración del licor para llegar a diseñar la experiencia turística con una degustación del producto final, el Chawar.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Diseñar un producto turístico para la empresa Andean Spirits en Yaruquí, Pichincha.

1.3.2 Objetivos Específicos

Realizar una evaluación técnica de las instalaciones de Andean Spirits

Elaborar una propuesta de uso turístico para Andean Spirits

Crear una propuesta de operación turística de Andean Spirits.

1.4 Justificación de la Investigación

En este trabajo de investigación se pretende diseñar un producto turístico para la empresa Andean Spirits ANSPI S.A. Se puede implementar un producto turístico donde se demuestre el proceso de cosecha, producción y además la degustación de la bebida, entre otras actividades recreativas. La destilería de chawarmiske, Andean Spirits, está ubicada cerca del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre, en Tababela, una zona rural, por lo cual, se puede beneficiar a la comunidad generando una posible fuente de empleo a quienes brinden servicios complementarios y sean parte del producto turístico a desarrollar.

Por consiguiente, por medio de este proyecto, se busca fomentar el aprovechamiento de recursos naturales y culturales, tangibles e intangibles; el penco (*Furcraea andina*) y la tradición andina, que son recursos que forman parte de la identidad cultural ecuatoriana, para así lograr el desarrollo de la actividad turística nacional. Además, el uso de servicios y actividades turísticas complementarias como son, servicios de transporte y alimentación que forman parte de la planta turística de Yaruquí, con lo que se podría generar empleo para la población.

De este modo, la experiencia que se propondrá proviene de revisiones de experiencias en lugares como es el caso de Tequila, como menciona el Gobierno de México (2019), donde una localidad en Jalisco, México, gracias a la actividad turística que se realiza entorno a haciendas y destilerías de “tequila”, la bebida nacional, sectores aledaños han sido beneficiados brindando a los visitantes recorridos turísticos, gastronomía y aventura.

1.5 Metodología de la Investigación

Para el presente proyecto en términos metodológicos, la investigación es descriptiva con un enfoque mixto (Hernández et al. 2014), ya que, se busca conocer la estructura de la compañía Andean Spirits. Además, se realiza una revisión bibliográfica en libros, artículos científicos y otras publicaciones con las que se pueda referenciar la investigación, estas fuentes sirven para

recolectar información de estudios realizados en torno al agave andino (*Furcraea andina*), el chawarmiske, que es su derivado y la actividad turística existente entorno a estos recursos.

Así pues, para tener resultados cualitativos y cuantitativos se analizarán datos de la evaluación técnica de las instalaciones de la destilería Andean Spirits, para conocer las oportunidades existentes y se evalúa la demanda actual y las tendencias del mercado (Kotler et al, 2013), que concluya en el diseño de actividades de esparcimiento para el público objetivo.

1.6 Marco Teórico

Según De la Torre et al. (2018), en el Ecuador existen dos especies de agave *Agave americana* y *Furcraea andina*, estas coexisten en paisajes áridos andinos, ambas son especies silvestres y cultivadas. *A. americana* es considerada una especie introducida, es más diversa y ampliamente utilizada que *F. andina* (véase Figura 3). En Ecuador dependiendo la región en que se encuentre, cuenta con otros nombres de común denominación tales como 'penco', 'cabuyo', 'tzawarmishki', entre otros.

Figura 3

Agave andino



Nota. Especie de agave que crece en los andes. Tomado de Alamy, por Alamy, 2021

De acuerdo con De la Torre et al. (2018), durante la época prehispánica, el penco tuvo una gran importancia para las culturas ancestrales americanas, la evidencia arqueológica sugiere que la relación entre Agaveae spp. y humanos en lo que hoy se conoce como Ecuador ha existido desde el Período de Integración (1,000-1,450 A.C.). el mismo autor señala que la evidencia incluye vasijas de cerámica que consisten en un cuerpo esférico y tres pies en forma de hoja de agave (véase figura 4) atribuidos a las culturas andinas de Cañari y Puruhá (p.258).

Figura 1

Jarra con hojas de maguey



Nota. Adaptado de The Metropolitan Museum of Art [Fotografía], por The Metropolitan Museum of Art

Por otra parte, según el mismo autor, la savia dulce de penco (*F. andina*), conocida también en kichwa como “chawarmiske” o “mishki”, cuenta con propiedades dentro de la medicina natural ancestral, entre las cuales se destacan las siguientes:

- Curar heridas
- Reducción del dolor en las articulaciones, cuando existen casos de artritis.
- Ayuda a asimilar el calcio en los huesos.
- Alivio de la gastritis (p.259).

De acuerdo con De la Torre et al. (2018), el chawarmiske es una bebida ancestral utilizada por los pueblos indígenas Salasacas en la provincia de Tungurahua y Quito Kara, en la provincia de Pichincha, aprovechando sus diversas propiedades, tanto refrescantes como también para uso externo, como el shampoo de la raíz del penco, la extracción de fibras que es “la cabuya” con que se elaboran alpargatas, bolsos, y diversas artesanías (véase Figuras 5 y 6)

(p.254). Los conocimientos ancestrales que giran en torno a esta planta son parte de la cultura ecuatoriana andina y son parte también del producto turístico que se propondrá.

Figura 5

Alpargatas elaboradas con la cabuya



Nota. Fotografía de alpargatas. Tomado de Chucchurillos Ñaupa Ayllu Manta, por Shigcha, 2021.

Figura 6

Artesanías elaboradas con cabuya



Nota. Fotografía de artesanías de cabuya. Tomado de Chucchurillos Ñaupá Ayllu Manta, por Shigcha, 2021.

Además, según datos de Últimas Noticias (2016), “el chawarmiske se produce en el penco maduro naturalmente, se extrae el líquido dulce del corazón del penco, se pueden obtener entre 4 a 10 litros diarios, esta planta da una producción de savia de 40 días y después muere”. El agave (*Agave americana* y *Furcraea sp.*) requiere de 6 a 8 años para estar listo. Esta tarea se realiza especialmente por las mujeres y en las madrugadas, ya que está ligada a las fases de la luna. La extracción del chawarmiske se realiza, en la fase de luna nueva, en los meses de junio, julio y agosto, ya que, consideran que es cuando su líquido dulce está fluyendo y sus hojas son fáciles de cortar, los campesinos realizan rituales para la extracción del líquido, pidiendo permiso y ofrendando a las plantas. Su sabor dulce, antes de ser fermentada, proviene por el contacto cercano que tienen las raíces de la planta con el suelo, absorbiendo mayor cantidad de vitaminas, sales y minerales, por lo que lo llamaban “néctar de la naturaleza”, hasta cuando los españoles, en la época de colonización, introdujeron la caña de azúcar.

Entonces, de acuerdo con la ONG Los Aliados (2020), “en las faldas del volcán Cayambe, la Asociación de mujeres Mishkita, las conocedoras de esta planta saben cómo extraer la savia dulce del penco maduro”, ellas abastecen de materia prima para la producción de ANSPI S. A durante todo el año. Estos recursos naturales y culturales son aprovechados por ANSPI, donde reúne parte de la cultura andina y diseña un producto, es así como se crea ‘Chawar’, con lo que se está beneficiando a las comunidades de pequeños productores.

Hasta ahora, la destilería Andean Spirits elabora destilados de chawarmiske, siendo esta una bebida espirituosa, la cual según la Federación Española de Bebidas Espirituosas (2021), es una bebida alcohólica destilada proveniente de granos, frutas u otros ingredientes fermentables. Se caracterizan por tener un contenido alcohólico mayor que las bebidas que no han sido

destiladas, por ejemplo, la cerveza y el vino. Algunas de las bebidas espirituosas más populares son el brandy, la ginebra, el ron, el tequila, el whisky, el vodka y varios licores aromatizados.

Así también, la misma organización señala que en Europa esta bebida es tradicional y se les atribuye a los alquimistas, quienes hallaron en el destilado de uva “el agua de vida”, en busca de la inmortalidad. Las bebidas espirituosas han sido usadas durante siglos como signos de hospitalidad, para calmar dolencias, como reconstituyentes y más. Se usan en la gastronomía y la coctelería por lo que son parte esencial de la industria del ocio en general.

Por otra parte, en la Tabla 1 se observa que, a partir del agave, que es la planta de interés del presente proyecto, se pueden obtener hasta tres variedades de licores distintas, dependiendo de la variedad de planta que se ha utilizado. Sin embargo, el tequila solo se puede producir del agave azul, también conocido como ‘*Agave tequilana Weber*’, para el mezcal, se pueden utilizar hasta doce variedades distintas de la planta. En cambio, el licor destilado de chawarmiske, por su parte, se elabora a partir de la variedad andina denominada ‘*Furcraea andina*’ (De la Torre et al., 2018).

Tabla 1

Bebidas alcohólicas a partir del agave

Ingrediente base	Bebida alcohólica
Agave (Agave tequilana Weber)	Tequila
Agave spp.	Mezcal
Agave andino (<i>Furcraea andina</i>)	Licor destilado de Chawarmiske

En general, las bebidas espirituosas se elaboran en tres fases como se observa en la Tabla 2, en el caso de Chawar, licor destilado de agave andino (*Furcraea andina*) por Andean Spirits, la savia se concentra naturalmente con azúcares vegetales, que luego se dejan fermentar. Una vez fermentada, la savia se destila dos veces y se embotella.

Tabla 2

Producción de Bebidas Espirituosas

Fase 1	Fase 2	Fase 3
Fermentación	Destilación	Envejecimiento
Es la transformación natural de azúcares en etanol (alcohol etílico).	Proceso en el que el alcohol se separa del líquido fermentado. Se obtiene el alcohol etílico agrícola.	Pueden pasar por esta fase para enriquecer su sabor propio y añadir los sabores de los barriles de madera donde permanece.

Nota. El proceso de elaboración de bebidas espirituosas. Tomado de Iberlibro.com, por Madrid Vicente, 2014.

El presente proyecto procura desarrollar una alternativa comercial a través del turismo, con el fin de generar un crecimiento para la empresa Andean Spirits, y diversificar la oferta turística nacional. En este sentido Cardet y Palao (2018) han concluido lo siguiente:

El turismo no sólo es una industria pujante que impacta en el desarrollo económico del país; sino además un importante canal de promoción de la cultura y de las tradiciones que permite mostrarle al mundo todo el conjunto cultural acumulado durante siglos de formación de la nacionalidad. (Cardet et al., 2018, p. 2)

Eventualmente, con el diseño de un producto turístico para ANSPI se puede generar un impacto económico positivo en Yaruquí, con el aumento del número de personas contratadas en el sector turístico, mayor volumen de transacciones económicas, favoreciendo a pequeños negocios locales, entre otros. Además, es importante garantizar fuentes de ingresos para las personas que conforman la Asociación de Mujeres Mishkita de Cayambe, cuyas prácticas y técnicas, según el Sistema de Información del Patrimonio Cultural del Ecuador [SIPCE] (2021), junto a los conocimientos y saberes de esta tradición son parte de la expresión cultural ecuatoriana, patrimonio inmaterial y se han transmitido de generación en generación.

Por otra parte, se podría diversificar la oferta turística en base a bebidas alcohólicas en Quito, con la creación de una propuesta turística a partir del entendimiento de la cultura del agave, esta experiencia permitirá la recuperación de saberes de una de las tradiciones más antiguas de los valles interandinos ecuatoriales (FLACSO Andes, 2020).

De igual manera, la Organización Mundial del Turismo [OMT] (2017), señala que mundialmente el turismo es reconocido como un contribuyente para la creación de empleo y protección del medio ambiente, ya que es un sector económico de crecimiento rápido, por lo que podría apoyar a mitigar la pobreza. De hecho, un turismo bien diseñado y gestionado puede ayudar a preservar la naturaleza y activos del patrimonio cultural de los que depende, empoderar al anfitrión, comunidades, generar oportunidades comerciales y fomentar la paz y comprensión intercultural (p.6).

A su vez, las actividades turísticas son aquellas que realizan los visitantes/consumidores en un entorno fuera de su habitual y están destinadas a ocupar el tiempo de ocio con fines recreativos, de diversión, entre otros. De este modo, estas actividades generan diversos productos turísticos y son parte de la oferta turística (OMT, 2021).

Por consiguiente, los visitantes son consumidores del territorio y de las sensaciones creadas a partir de la actividad turística, quienes quieren participar e integrarse en una forma de vida y para conseguirlo están dispuestos a aplicar todos sus sentidos buscando una experiencia.

Los visitantes obtienen satisfacción con la autenticidad de las experiencias extraordinarias con entretenimiento y socialización. Csikszentmihalyi (1998), en su obra «La psicología de la experiencia óptima» señala que “la vida es el conjunto de experiencias en donde se tiene memorias de satisfacción y diversión”. Por tal razón, la experiencia turística causa emociones que generan los visitantes al conocer un lugar fuera de su entorno habitual, generando el desarrollo de nuevas vivencias al realizar diferentes actividades turísticas. El consumidor elige un destino buscando que todos los elementos del producto favorezcan a tener una sensación de disfrute (Falcón, 2017).

De este modo, el consumidor/visitante tendrá una perspectiva integral de todo el concepto que involucra la empresa Andean Spirits y sus asociados, apoyando a pequeños productores y revalorizando el uso del penco andino con la elaboración de la bebida espirituosa con insignia nacional, así pues, se pretende una comprensión sensorial completa de todo lo que significa el mundo del agave andino y su derivado alcohólico.

De acuerdo con la revisión de antecedentes sobre productos turísticos en México, estos reflejan la evolución de Tequila, que se observa en las cifras obtenidas por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía de México (INEGI), en Censos Económicos realizados en el año 2019, revelan que aproximadamente el 27% del total de establecimientos en Tequila están dedicados al sector turístico. De igual importancia, la misma fuente indica datos que revelan un aumento de empleo en el sector turístico, ya que se ve un aumento del 30% desde el año 2014 al 2019. Por lo tanto, este destino a logrado posicionarse en el mercado a través del tiempo con una oferta turística basada en la experiencia de la cultura del agave.

De la misma forma, en Ecuador existe el 'Museo Casa Agave' que está ubicado al norte de Quito en la Mitad del Mundo, este ofrece una experiencia vivencial con esta planta, visita a la destilería y una degustación de sus derivados. Es importante el conocimiento y el análisis de estos casos de éxito, de este modo se puede proponer una experiencia turística para Andean Spirits.

Capítulo II

2. Evaluación Técnica de las instalaciones de la destilería Andean Spirits

2.1 Localización de la destilería Andean Spirits

La destilería Andean Spirits (ANSPI) es el recurso turístico que podría motivar el desplazamiento de los visitantes hacia Yaruquí, ya que según la OMT (2021), recursos turísticos son "aquellos elementos naturales o productos antropológicos que por sí mismos o en combinación con otros pueden despertar el interés para visitar una determinada zona o región". Por tanto, es allí en donde se pretende implementar servicios y actividades turísticas que le agreguen valor y así progresivamente transformarlo en un atractivo turístico (ver Figura 7) para desarrollar el presente proyecto.

Figura 7

Desarrollo de un producto turístico

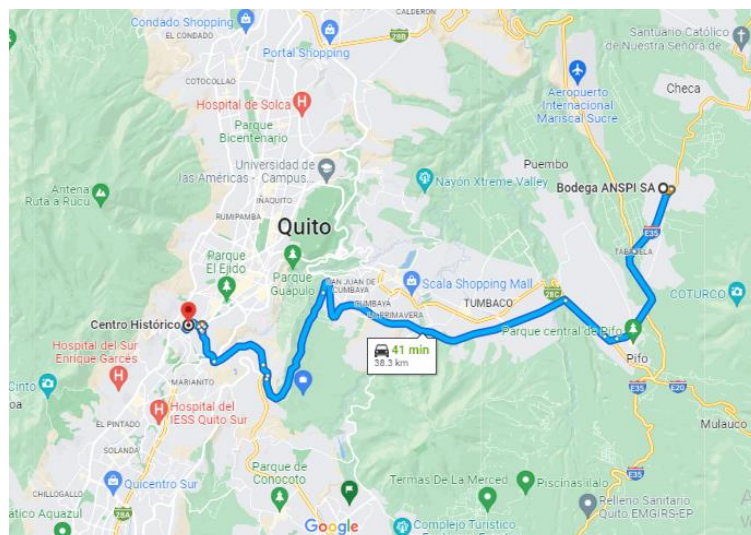


Nota. Relación secuencial y progresiva entre recurso turístico, atractivo turístico y producto turístico, por PromPerú et al., p. 10, (2014).

ANSPI se encuentra ubicada en la Parroquia de Yaruquí, localizada en la provincia de Pichincha, cantón Quito, situada al oriente de la ciudad, a una distancia aproximada de 38 kilómetros desde el centro de la capital (ver Figura 8).

Figura 8

Localización de ANSPI



Nota. Se muestra ruta sugerida desde el centro histórico de Quito hacia ANSPI, por Google Maps (2022).

Yaruquí es una de las 33 parroquias rurales del Distrito Metropolitano de Quito, estas parroquias rurales están divididas en 8 Administraciones Zonales, Yaruquí pertenece a la Administración zonal de Tumbaco. Se encuentra ubicada a 38 kilómetros del centro de la ciudad. Limita al norte con las parroquias de El Quinche y Guayllabamba; Al sur con Pifo; Al este con Checa; y, al oeste, con Tababela (ver Figura 9) (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Yaruquí, 2021).

Figura 9

Mapa del Distrito Metropolitano de Quito



Nota: Ubicación de la parroquia Yaruquí, por GAD Yaruquí (2021).

En el año 2015, la Secretaria Nacional de Planificación y desarrollo (SENPLADES) realizó una actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) de la parroquia de

Yaruquí. En el mismo, se estableció que Yaruquí será: “Una parroquia planificada, turística, con producción competitiva e identidad cultural fortalecida y la comunidad comprometida con su desarrollo” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2015, p.5,6).

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (2020), “un entorno bien preservado tiene un valor real para la actividad turística y, por tanto, para la economía local y nacional, el turismo puede contribuir a revalorizar el entorno natural de una zona.”

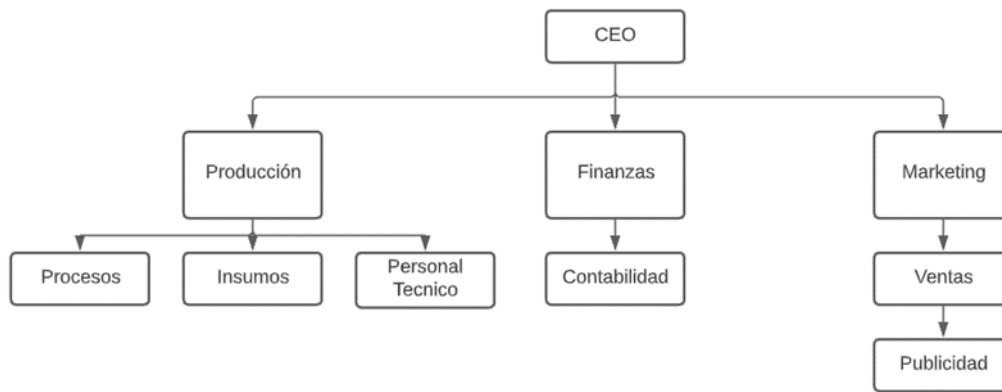
2.2 Descripción de la compañía Andean Spirits

La compañía Andean Spirits S.A., se dedica a la elaboración y comercialización de bebidas alcohólicas, principalmente el licor proveniente del agave andino (*Furcraea andina*), conocido en los andes ecuatorianos como penco. Andean Spirits ha realizado una alianza estratégica con la Asociación de Mujeres Mishkita, con el propósito de asegurarse la disponibilidad de esta materia prima, mientras que la empresa apoya a las mujeres con fortalecimiento de capacidades de gestión y gobernanza (ALIADOS, 2021).

La empresa fue fundada el 07 de agosto de 2018. Actualmente emplea a cinco personas, su gerente Eliot Logan-Hines, Elizabeth Guagrilla la maestra destiladora, quien trabaja junto a Frank Villareal, técnico destilador, Josselin Beltrán quien se encarga de las ventas y Evan Marcus encargado del manejo de redes sociales (ver Figura 10).

Figura 10


Organigrama de ANSPI S.A.




La principal actividad de la empresa se centra en la elaboración del destilado de chawarmishqui, la cual empieza con la extracción del zumo del penco que se cultivan de forma silvestre en los andes ecuatorianos, y parte desde la cosecha hasta el embotellado, el cual se realiza de forma artesanal de tal manera que la bebida no contenga ningún tipo de impurezas, para que luego de ello se aplique la fase de etiquetado del producto en la que se coloca una banda termo sellada con la que se garantiza que la botella no ha sido abierta previamente. La empresa cuenta con cinco líneas de productos, las cuales se detallan a continuación en la tabla 3.

Tabla 3

Tipos de licores de Andean Spirits

NOMBRE	CARACTERÍSTICAS DEL LICOR	IMAGEN	PRECIO
Platinum	<p>Destilado blanco 40% Alc.</p> <p>Cosechado en Cayambe</p>		<p>375ml. \$10</p> <p>750ml. \$22</p>
Mezcalin	<p>Destilado blanco con un toque de mezcalina 55% Alc.</p>		<p>375ml. \$16</p> <p>750ml \$35</p>
Reposado	<p>Reposado 40% Alc.</p>		<p>375ml. \$16</p> <p>750ml. \$35</p>
El Rosado	<p>Destilado blanco 40% Alc. reposado en barriles de roble con un toque de vino.</p>		<p>375ml. \$16</p> <p>750ml. \$35</p>




NOMBRE	CARACTERÍSTICAS DEL LICOR	IMAGEN	PRECIO
Cotopaxi	Destilado blanco 40% Alc. Cosechado en Cotopaxi		375ml. \$10 750ml. \$22


2.3 Procesos productivos de ANSPI

Los procesos productivos dentro de Andean Spirits se realizan en base a los conocimientos de la Asociación Mishkita y la práctica que realizan, los cuales han sido transmitidos de generación en generación, empieza con la extracción de la savia dulce del penco (*Furcraea andina*) que se cultivan de forma silvestre en los andes ecuatorianos, se desarrolla de tal manera como se detalla en la Tabla 4.

Tabla 4

Proceso de recolección del chawarmiske

PROCESO	DESCRIPCIÓN	FOTOGRAFÍA
Raspado	Se realiza un raspado en la planta para retirar las hojas y tener acceso hacia la cavidad o corazón, donde se encuentra el líquido o savia que produce la planta.	
Recolección	Se procede a realizar un orificio en el corazón de la planta para luego taponarlo con una piedra evitando que ingresen insectos.	
Obtención del chawarmiske	Después de aproximadamente una semana se destapa el orificio y se extrae la salvia dulce o chawarmiske que guarda la planta.	


PROCESO	DESCRIPCIÓN	FOTOGRAFÍA
Acopio	Posteriormente se traslada al centro de acopio, donde recibirá su primer tratamiento para eliminar impurezas del campo.	


Nota. Fotografías por Evan Marcus, Andean Agave.


El proceso de elaboración desde chawarmiske hasta una bebida alcohólica se describe a continuación en la Tabla 5:


Tabla 5

Proceso de elaboración de CHAWAR

PROCESO	DESCRIPCIÓN	FOTOGRAFÍA
Fermentación del chawarmiske	Una vez que se ha obtenido el chawarmiske, se lo coloca en recipientes de acero inoxidable a una temperatura ambiente, la cual oscila entre los 25 y 26 °C. Su fermentación se realiza de forma natural y espontánea, en recipientes de 100 litros y dura de 3 a 4 días, en los cuales la levadura actúa transformándolo en alcohol. El primer día se observará que se	

PROCESO	DESCRIPCIÓN	FOTOGRAFÍA
	<p>produce una especie de espuma, la cual va perdiéndose conforme la fermentación avanza.</p>	
<p>Destilación del chawarmiske</p>	<p>Se coloca el chawarmiske fermentado en un alambique para su destilación. Es un alambique de acero inoxidable, tecnología alemana con capacidad de 250 litros, este permite separar el mosto (zumo) del alcohol. Se separa el alcohol en dos partes que son las cabezas y los corazones a fin de que se obtenga únicamente los corazones, que se conoce como alcohol "ordinario" con un grado alcohólico del 18% al volumen.</p> <p>Se enciende la caldera, para que se empiece a evaporar el alcohol a una temperatura de 78°C. Una vez evaporado, este pasa por el alambique, el cual contiene agua fría que sirve como refrigerante y que el vapor de alcohol se condensa transformándose en líquido. Luego de esto en el serpentín que enfría el</p>	

PROCESO	DESCRIPCIÓN	FOTOGRAFÍA
	<p>alcohol y también para que los restos de vapor no se mezclen con el líquido. Posterior a pasar el enfriado, se coloca en un tanque de almacenamiento para comprobar que este contiene el 40% de alcohol, caso contrario se lo vuelve a destilar.</p>	
<p>Rectificación o 2da destilación</p>	<p>Una vez obtenido el primer destilado u ordinario se procede al rectificado, se traslada a un alambique de acero inoxidable que a diferencia del anterior cuenta con 4 platos, cada plato contiene cobre lo que ayuda a que el destilado tenga un mejor aroma y sabor. Los 4 platos ayudan a llegar al punto exacto de la receta de CHAWAR, tiene 90% de alcohol puro. En este punto se extraen tres partes: las cabezas, corazones y colas. Lo que se busca en este proceso son los corazones ya que las colas y cabezas simplemente se almacenan</p>	

PROCESO	DESCRIPCIÓN	FOTOGRAFÍA
	para volverlas a rectificar (3er destilado).	
Almacenamiento Maduración y Embotellado	<p>Se almacena el alcohol en tanques de acero inoxidable el cual se procede a diluirlo al 65% con el fin de evitar pérdidas y fugas de alcohol y conservar la calidad del producto.</p> <p>Posterior a la respectiva maduración se procede al tanque de mezcla para diluir con agua al grado alcohólico deseado es decir al 40%. Todo el proceso de embotellado, etiquetado, sellado, encerado es manual.</p>	

2.4 Análisis de las Instalaciones de la planta de ANSPI

Las instalaciones de ANSPI cuenta con un área total de 800m² cuya disposición (véase Figura 11) consta de un galpón industrial donde funciona la destilería, áreas verdes, área BBQ, piscina y un huerto de penco (*Furcraea andina*), cuentan con las medidas básicas de seguridad industrial requeridas por el municipio, instalaciones sanitarias y eléctricas, así como todos los servicios básicos que incluyen alumbrado público, alcantarillado, recolección de basura, agua potable y energía eléctrica. Además, el acceso hacia ANSPI según el Ministerio de Transporte y Obras Públicas (2021), son vías carrozables de uso público, de la red vial nacional, son calles en buen estado y asfaltadas.

Figura 11

Zonificación de ANSPI



Nota. Zonificación para diferenciar las áreas de las instalaciones de Andean Spirits

Al frente, consta de una puerta corrediza es la entrada hacia el edificio principal, es usada por los proveedores con un parqueadero cubierto. Por un lado, se encuentra un galpón industrial con alrededor de 87m x 68m. de espacio, con el piso de concreto, y un techo alto de acero y zinc corrugado (véase Figura 12).

Figura 12

Interior Fábrica destilería



Nota. Galpón industrial de ANSPI

Igualmente, esta área está dividida para el cumplimiento de varios propósitos, hay un baño pequeño, una oficina que consiste en un escritorio, estantes en la pared llenos de botellas de bebidas espirituosas de diferentes variedades experimentales (ver Figura 13).

Figura 13

Estanterías con destilados experimentales



Nota. Destilados experimentales de ANSPI

Siguiendo, por el lado izquierdo de la destilería, se encuentran mesas de trabajo donde se mide el grado alcohólico de los destilados (ver Figura 14). Después, se encuentra el área de destilación en alambiques de acero inoxidable (ver Figura 15), así como también, el área para el proceso de reposo en tanques de acero y barriles de madera (ver Figura 16 y 17).

Figura 14

Procesos de destilado



Nota. Después del destilado de licor de chawarmiske, se mide el porcentaje de alcohol.

Figura 15

Alambiques



Nota. Los alambiques se usan en el proceso de destilado

Figura 16

Tanques de acero



Nota. El licor se almacena en tanques de acero inoxidable

Figura 17

Barriles de madera de roble



Nota. Se usan barriles de madera de roble para añejar el licor

Además de los espacios descritos anteriormente, detrás de la destilería consta un área abierta, aquí primero se encuentra un balcón amplio con una mesa de madera (ver Figura 18) y gradas de madera que bajan hasta un patio amplio rodeado de jardines constituido con pencos (*Furcraea andina*) y otras plantas nativas (ver Figura 19 y 20).

Figura 18

Balcón



Nota. Existe un balcón en la salida del galpón industrial hacia el patio posterior.

Figura 19

Patio posterior



Nota. El patio posterior tiene césped y está rodeado de jardines

Figura 20

Jardines



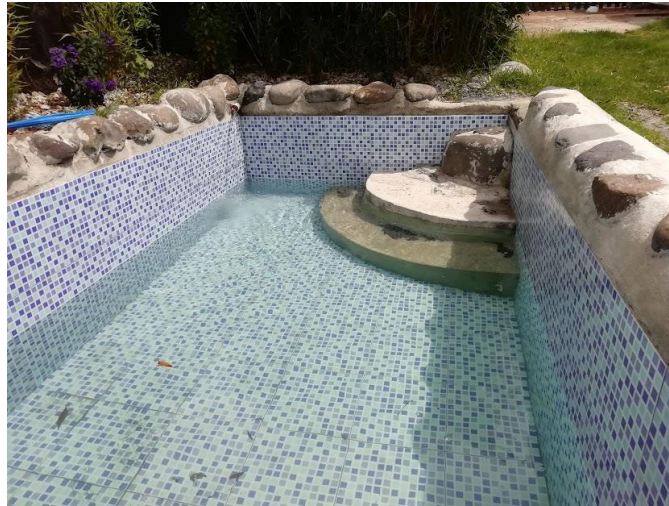
Nota. Los jardines están constituidos con plantas de agave andino entre otras

También, en las instalaciones existe una pequeña piscina y un área de cocina y parrilla. Dado que para el enfriamiento de las torres de los alambiques se usa agua, ANSPI ha creado un ‘Sistema de recirculación de agua’ donde, el agua que se utiliza para enfriar los alambiques circula a la piscina (ver Figura 21), en la cual reposa y se enfría a temperatura ambiente y a través

de una bomba se transfiere a los tanques de almacenamiento (ver Figura 22) de modo que, el agua una vez que está fría, se traslada por medio de una bomba interna hacia los alambiques nuevamente.

Figura 21

Piscina



Nota. La piscina de enfriamiento ayuda a reutilizar el agua

Figura 22

Tanques de almacenamiento de agua para enfriamiento de alambiques.



Nota. Los tanques de almacenamiento sirven para el enfriamiento de agua

Capítulo III

3. Mercado

3.1.1 Segmentación del mercado

En el presente proyecto se pretende diseñar un producto turístico, el cual se pueda comercializar. Para esto, se busca hacer una segmentación del mercado con lo cual se podría identificar el perfil del visitante consumidor de la experiencia turística que se propondrá.

3.2 Mercado objetivo

3.2.1 Mercado nacional y el mercado internacional

Se han identificado dos posibles mercados objetivo para el ofrecimiento del producto turístico que se propondrá, el mercado local y el mercado extranjero. Para el mercado nacional se segmenta la población según su estrato económico, considerando la clase media y alta como objetivo. Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC] (2012), se ha registrado que en el Ecuador una familia promedio consume según sus ingresos económicos. En el año 2012 se registró que del gasto corriente mensual un porcentaje del 4.6% de su salario ha sido destinado para el ocio y la recreación como gasto general, siendo esta única información vigente al momento de cómo la gente consume, se toma en cuenta el porcentaje de hogares que reciben ingresos monetarios corrientes, entonces con estos antecedentes sabemos que aproximadamente el 35% de las familias ecuatorianas podrían tener acceso a destinar sus gastos para actividades de recreación.

A su vez, los posibles visitantes de la experiencia que se propondrá, se estima un menor porcentaje de un nicho de turistas extranjeros que ingresan al Ecuador, la OMT registra para el 2022 un ingreso de turistas al país, principalmente de Estados Unidos, el 37.6%, 15% de Colombia y 10% de España, los cuales se conoce que permanecen entre 24 a 48 horas en la ciudad de Quito, se aspira un porcentaje del total de turistas extranjeros como posibles

consumidores de la experiencia turística propuesta. Para este segmento de mercado el producto se podría comercializar por medio de agencias de viajes y operadoras turísticas como intermediarios.

Por lo cual, se puede determinar el público en concreto, tanto el mercado local como extranjero la oferta turística estaría enfocada hacia personas mayores de 35 años que tengan una estabilidad económica y que consuman productos nacionales con consciencia y puedan disfrutar de una experiencia turística.

3.2.2 Análisis de macro y microentorno

El análisis del entorno interno y externo de la empresa se realiza en una matriz FODA para determinar las variables tanto limitantes como ventajas aprovechables de la situación actual para el cumplimiento de metas, como se observa a continuación en la Tabla 6.

Tabla 6

Análisis FODA

<p>Fortalezas</p> <p>Existen espacios abiertos donde se podrían realizar actividades al aire libre.</p> <p>La planta cuenta con equipos de última tecnología.</p> <p>Cercanía al Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre.</p> <p>Existe un huerto de penco andino (<i>Furcraea andina</i>).</p>	<p>Debilidades</p> <p>Nuevos en el mercado</p> <p>No es un producto de primera necesidad.</p> <p>Ubicación de la planta en una zona rural.</p>
<p>Oportunidades</p> <p>Capacidad de exportación</p>	<p>Amenazas</p> <p>Nueva pandemia.</p>

<p>Poca competencia en el mercado.</p> <p>Aprovechamiento del manejo de redes sociales para el flujo de información.</p> <p>Turismo de cercanía como tendencia de viaje en el 2022, según la OMT.</p>	<p>Proveedores exclusivos, podría afectar la cadena de suministro con la escasez de materia prima.</p> <p>Alza en el precio del petróleo.</p> <p>Situación política y económica del país.</p>
---	---

3.3 Análisis de la competencia

3.3.1 Competencia directa

La empresa Agave Spirits Ecuador está ubicada en Quito D.M. y fue fundada por Diego Mora, quien realizó el proyecto 'Casa Agave Ecuador'. Mora describe que:

La Casa Agave es un museo de experiencia, en donde el visitante puede sentir la cultura viva de un país o de un lugar, dándole la oportunidad de que se sienta parte de una cultura. Casa Agave es el primer proyecto turístico del país vinculado con el pencho, está ubicado en el sector de la Mitad del Mundo, lleva en funcionamiento tres años y en diciembre del 2019 tuvo mil visitantes en un mes. (Flacso Andes, 2020)

Agave Spirits trabaja con mujeres mishkeras mayores de 50 años, de pueblos originarios de la región del altiplano ecuatoriano, que constituyen un grupo vulnerable dentro del estrato social y económico. Además, uno de los pilares fundamentales del proyecto es el cuidado ambiental.

La experiencia Casa Agave dura aproximadamente una hora y media, e incluye: Visita guiada al jardín botánico, donde se observa las plantas. Es un refugio de agaves silvestres ecuatorianos, donde se recopilan las diferentes especies de agaves que existen en el Ecuador y se destaca los usos tradicionales del pencho: shampoo, vivienda, alimento, fibras, entre otros. Aquí se ha creado un vivero con la finalidad de repoblar la zona del bosque seco ecuatoriano con sus plantas nativas,

brindándole al visitante la oportunidad de ser parte de esta iniciativa de remediación ambiental, sembrando una plántula de penco. Las cuáles serán posteriormente sembradas en el bosque por niños de escuelas de la zona, bajo un Programa de reforestación de agaves y cactáceas en su entorno silvestre 2006-2020.

Posteriormente, se realiza la visita por el Museo de la cultura Agave (ver Figura 23), es el primero que existe en Sudamérica, donde se exponen las herramientas con que trabajan las mujeres mishkeras, los diversos usos que tiene el penco, la historia de esta tradición ecuatoriana y, se ha hecho una recopilación y un estudio de diversos instrumentos musicales prehispánicos creados con el tallo de la flor del agave, con esto la experiencia para el visitante es sensorial, para que mediante el sonido se conozca lo que fue parte de la cultura ancestral ecuatoriana.

Figura 23

Museo Casa Agave



Nota: El museo Casa Agave tiene una colección de objetos elaborados con cabuya.

Este museo engloba la historia y las características botánicas de la planta, así como los usos ancestrales que se daba a la misma en la antigüedad. Además, se ha creado la “cava de mishki” a lo que Diego Mora le denomina al destilado de agave, en donde se explica el proceso de producción como levantamiento cultural.

El recorrido contempla una visita a la fábrica/destilería (ver Figura 24), la primera fábrica de experiencia de Ecuador y Sudamérica, donde se conoce la planta de producción y se observa el proceso de elaboración del producto.

Figura 24

Destilería Casa Agave



Nota. El área de destilería de Casa Agave solamente es para la demostración al público

Seguido de esto, los visitantes experimentan un recorrido por los sabores y texturas de los productos que ha lanzado Agave Spirits, con una degustación de los seis tipos de derivados de agave, licor destilado, jugo, helados, miel, mermeladas, alcaparras (ver Figura 25).

Finalmente, en la última etapa, la cual es una experiencia sensorial de olores y sabores, termina con una cata especial de las características del “mishki” espíritu de agave de los andes (Flacso Andes, 2020).

Figura 25

Degustación de derivados del penco



Nota. Los derivados de Casa Agave son seis diferentes tipos

3.4 Plan de marketing

3.4.1 *Diseño de la experiencia*

El producto turístico por realizar esta dentro de la modalidad que se inspira en el enoturismo, “un subtipo del turismo gastronómico, cuya motivación es visitar viñedos y bodegas, realizar catas, consumir y/o comprar vino, a menudo en el lugar en que se produce o en sus cercanías”. (OMT, 2021, p.45).

En este sentido, la visita turística brindará una experiencia relacionada a una bebida espirituosa derivada del agave andino, enfocada hacia un público adulto, que disfrute de una bebida con implicaciones ancestrales, en un entorno natural con paisaje andino. La empresa Andean Spirits deberá regirse a las influencias del mercado sobre la actividad turística, considerando los antecedentes del COVID 19 y los detalles que causó en la interacción entre oferta y demanda (Cabanilla, 2020). Se presenta para el presente proyecto una propuesta que satisfaga las necesidades actuales de los visitantes, el desarrollo de una actividad turística que ofrezca tiempo de diversión, inmersión cultural, degustaciones y privacidad. Consecutivamente,

dando lugar a un turismo consciente, que se enfoca en cuidar el medio ambiente y crear aperturas sociales sostenibles.

La propuesta de visitación turística lleva por título “Chawar Time”, se ha elegido este nombre considerando las características que posee el proyecto, transcribiendo del inglés significaría “Tiempo de Chawar”, ya que a lo largo del recorrido los visitantes tendrán la oportunidad de conocer con mayor profundidad todo el proceso de cultivo, producción y degustación del producto terminado. Se ofrecerá transporte privado, por medio de la contratación de una furgoneta amplia y cómoda para ida y vuelta, desde Quito hacia Yaruquí, en este trayecto se brindará animación turística, explicando los aspectos más relevantes de Quito, posteriormente de Yaruquí. Para esto, se podría habilitar puntos de partida dentro de la ciudad por acordar con el cliente para la transportación hacia la fábrica destilería, se tomará como referencia el centro norte de la ciudad. Por otra parte, existirá un pick up desde el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre en horarios por la mañana y por la tarde, en conveniencia de aquellos viajeros que están de tránsito en Quito.

En primer lugar, los visitantes podrán contar con una guianza bilingüe, con licencia de guía nacional, quien vestirá la temática de la mujer cayambeña, cuya vestimenta típica es muy colorida (Figura 26), al iniciar el recorrido los visitantes recibirán un cóctel de bienvenida al momento de su llegada y una introducción sobre la alianza que ha logrado ANSPI con Mishkita de Cayambe de donde proviene la materia prima, explicando las principales costumbres y tradiciones indígenas andinas, como es el Inti Raimy, en donde tiene lugar el chawarmiske, explicando el personaje principal que es el Diablo Huma (Figura 27), en este punto se puede hacer una interacción del baile del diablo haciendo uso de la indumentaria y máscara.

Figura 26

Mujer cayambeña



Nota. Vestimenta típica de la mujer de Cayambe. Fotografía por Abrakadabra.com

Figura 27

Diablo Huma



Nota. Vestimenta del personaje diablo Huma. Fotografía por Forosecuador.ec

Posteriormente, los visitantes podrán vivir la experiencia de cosechar el chawarmiske en el huerto de ANSPI, acompañados por una representante de Mishkita y saborear la bebida si así lo deciden.

Asimismo, en la destilería se explicará ampliamente el proceso de elaboración del licor, los materiales y la maquinaria que se usa, desde la llegada de la materia prima a la fábrica, hasta el embotellado y etiquetado, que es manual.

Igualmente, se indica a los visitantes que como parte de la conciencia ambiental que promueve Andean Spirits, la fábrica tiene un sistema de reutilización de agua que se usa en los alambiques, un huerto orgánico con compostera que demuestra a los visitantes que le debemos gratitud a la tierra con una postura de humildad como lo hacen las mujeres de Mishkita con los agradecimientos a la Pachamama en su labor de cultivo del penco andino.

Luego, en la etapa de degustación, el cliente tiene la oportunidad de hacer una cata junto a un especialista en mixología (figura 28), quien será el encargado de esta actividad, empezando por las características del licor, degustación de cinco variedades elaboradas por ANSPI y finalmente con la elaboración de cocteles con las distintas variedades de licores junto a otros ingredientes que van acorde al tipo de licor, teniendo como resultado cocteles autónomos ecuatorianos.

Figura 28

Bartending



Nota. Bar tender en ANSPI. Fotografía por Andean Agave

Acto seguido, los visitantes recibirán un código QR con los recetarios de los cocteles (figura 29). Más tarde, podrán disfrutar de la música ecuatoriana junto a la banda de Yaruquí. Con esto se pretende proveer una experiencia turística de calidad en el área de Yaruquí, así como también, incentivar el manejo de buenas prácticas sociales y ambientales por medio del ejemplo que brinda la empresa ANSPI S.A.

Figura 29

Código QR



SMOOTHER THAN
YOUR FAVORITE ACTOR'S
TEQUILA BRAND.

Nota. Ejemplo de código QR de ANSPI. Fotografía por Andean Agave

Después, como actividad complementaria se les puede indicar como se celebra en las parroquias rurales las Fiestas de San Pedro y de San Pablo, en donde se festeja con bailes, cantos y coplas junto a sus guitarras y charangos, para lo cual se invita a la banda de pueblo de Yaruquí (Figura 30) y por último recibirán alimentación, para esto se dispone de dos opciones de platos típicos de la sierra ecuatoriana, como son el chancho hornado y la fritada. También, hay una opción vegetariana y vegana para quienes tienen restricciones alimentarias.

Figura 30

Banda de pueblo de Yaruquí



Nota. La banda de Yaruquí en las instalaciones de ANSPI. Fotografía por Andean Agave

En la figura 31 se observa la planificación completa del programa diseñado para Chawar Time.

Figura 31

Programa de Chawar Time



Se cierra el programa con un regalo especial de una fotografía postal como recuerdo de la experiencia que más disfrutó el cliente, se puede compartir en Instagram para participar por premios y recibirán una caminera licorera de acero inoxidable de Chawar (Figura 32).

Figura 32

Caminera



Nota. Laminera de obsequio incluida en Chawar Time. Fotografía por Andean Agave

Esta experiencia turística busca ser memorable con la renovación y actualización de las tradiciones culturales y gastronómicas del Ecuador, incluye elementos tangibles que se lleva el cliente, se desarrolla en un escenario singular, permite la interacción con el entorno, promueve el aprendizaje y cuenta con un carácter temático. (OMT, 2021, pp. 34-35)

Igualmente, con el fin de acercarse a más consumidores, se proponen dos horarios uno matutino y otro vespertino, los cuales se detallan en las tablas 7 y 8. Este producto turístico puede ir dirigido para grupos de colaboradores de empresas que requieren salir de la rutina y disfrutar de actividades recreativas después del horario de oficina.

Tabla 7

Itinerario Matutino

PICK UP	Quito centro norte/ a acordar			
HORA DE SALIDA	10H00		HORA DE LLEGADA	10H50

NO.	DETALLE DEL SERVICIO	HORA DE LLEGADA	DURACIÓN	HORA DE SALIDA	OBSERVACIONES
1	Transporte hacia la destilería:				
	desde Quito centro norte (36.8km)	10H00	50min	10H00	
	desde Aeropuerto (12km)	10H00	20min	10H40	
2	Introducción al recorrido y coctel de bienvenida	10H00	30min	10H30	
3	Extracción de chawarmiske en la plantación de Andean Spirits con Mishkita	10H30	30min	11H00	

4	Visita a la destilería	11H00	20min	11H20	
5	Bartending y Cata (degustación de licor 5 variedades)	11H20	1hora	12H20	
6	Código QR con recetario de cocteles	12h20	10 min	12h30	
7	Música junto Banda de Yaruquí	12h30	30min	13h00	
8	Almuerzo	13h00	30 min	13h30	

Tabla 8

Itinerario Vespertino

PICK UP	Quito centro norte/ a acordar			
HORA DE SALIDA	16H00		HORA DE LLEGADA	20H50

NO.	DETALLE DEL SERVICIO	HORA DE LLEGADA	DURACIÓN	HORA DE SALIDA	OBSERVACIONES
-----	-------------------------	--------------------	----------	----------------	---------------

	Transporte hacia la destilería:				
	desde Quito centro norte (36.8km)	17H00	50min	16H00	
1	desde Aeropuerto (12km)	17H00	20min	16H40	
2	Introducción al recorrido y coctel de bienvenida	17H00	30min	17H30	
3	Extracción de chawarmiske en la plantación de Andean Spirits con Mishkita	17H30	30min	18H00	
4	Visita a la destilería	18H00	20min	18H20	
5	Bartending y Cata (degustación de licor 5 variedades)	18H20	1hora	19H20	
6	Código QR con recetario de cocteles	19h20	10 min	19h30	
7	Música junto Banda de Yaruquí	19h30	30min	20h00	

3.4.2 Estrategia de precios y ventas

En este apartado se detallan los costos por persona, siendo un grupo de 16 personas se dividen los gastos y se calcula un subtotal, al cual se le suma la ganancia para la empresa de un 25% y se obtiene el precio de venta al público (ver tabla 9).

Tabla 9

Precio por persona

	COSTOS 16PAX
Detalle de servicios	COSTOS POR PERSONA
Transporte	5.60
Coctel de bienvenida 1.5oz	1.90
Licores para cata	5.30
Caminera licorera	5.00
Alimentación	6.00
Guía	2.50
Actividades	
Bar tender profesional	2.20
Indumentaria	1.20
Banda de pueblo	5.60

Imprevistos	1.90
TOTAL UNITARIO	37.20
25% DE GANANCIA	9.3
IVA 12%	5.58
PVP	52.08

3.5 Publicidad

Para promover el producto turístico se utilizarán técnicas de mix de marketing con el objetivo de promover la comercialización de la presente experiencia, para que los consumidores se interesen en el producto se dirige la publicidad hacia el mercado objetivo y se apunta hacia el perfil de este segmento para lograr un momento positivo en la compra (Holbrook, 1982).

3.5.1 Promoción online

Se usa la promoción online con diferentes herramientas como son:

Motores de búsqueda: usando los buscadores más populares Google y Yahoo, esto para ubicar las palabras clave en los buscadores y que los usuarios lo puedan encontrar fácilmente.

E-mail Marketing: Se enviarán correos electrónicos a los clientes registrados para difundir los comunicados de prensa de Andean Spirits.

Banners pagados por los clics: Se crean asociaciones con sitios de contenido complementario ofreciendo un acuerdo para dirigir los visitantes a cambio de una tarifa por visitante (Hernández, 2020).

Para promocionar el producto turístico se usarán las redes sociales como son: Instagram y Facebook, creando publicaciones semanales para anunciar la experiencia. Instagram es una red social que mayormente es utilizada por el segmento de 30 a 45 años, mientras que Facebook

mayoritariamente la usan personas de 40 años en adelante, la promoción de publicidad será propaganda de productos en oferta: las promociones tienen descuentos para grupos (Véase figuras 33 y 34).

Figura 33

Publicidad



CHAWAR TIME



Act
DEGUSTACIÓN DE LICOR 5 VARIEDADES

Nota. Ejemplo de publicidad para Chawar Time.

Figura 34

Publicidad en redes sociales



CHAWAR TIME

TOUR TEMÁTICO:
DURA 3 HORAS
INCLUYE ALMUERZO, TRANSPORTE, Y GUIANZA BILINGÜE

TRANSPORTE DISPONIBLE DESDE QUITO O DESDE AEROPUERTO

ALMUERZO (FRITADA, HORNADO)

REGALOS ESPECIALES:
CAMINERA Y RECETARIO DE CÓCTELES

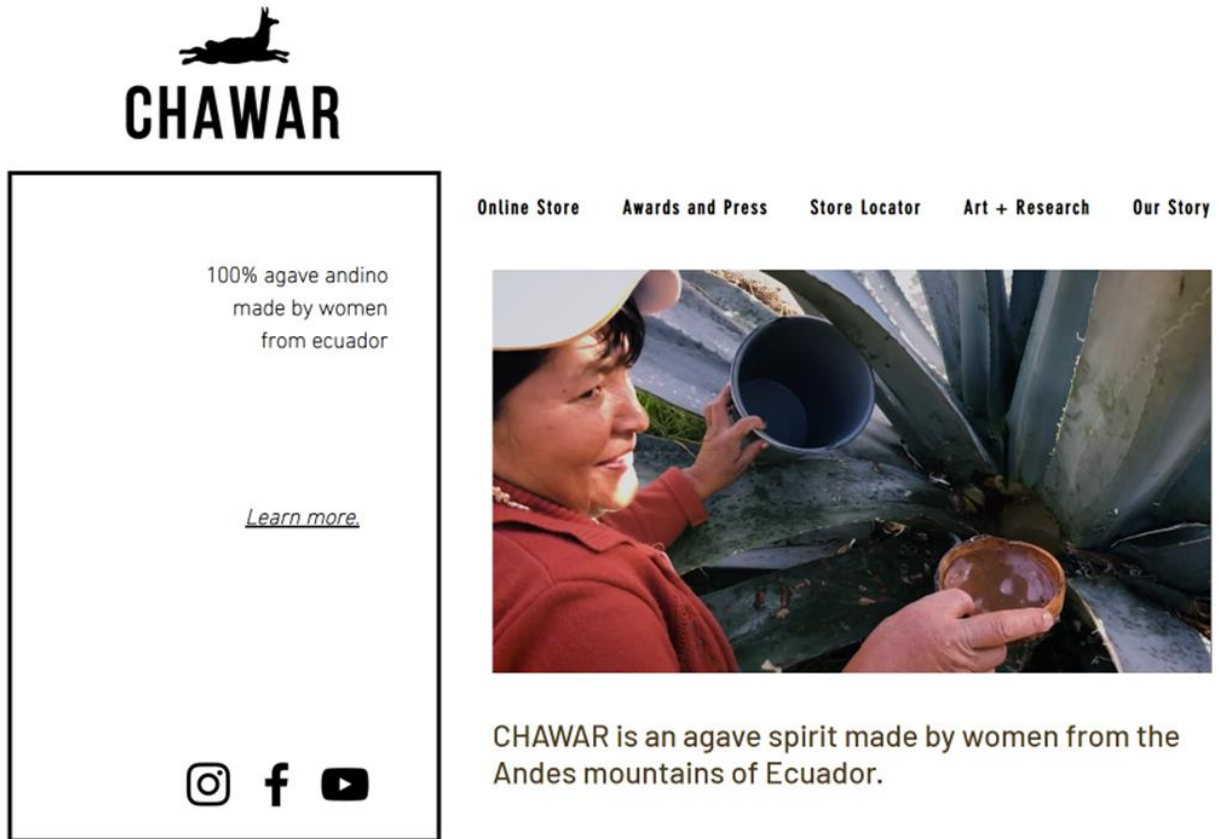
DESCUENTOS PARA GRUPOS

HORARIOS AFTER OFFICE

Nota. Ejemplo de publicidad para Chawar Time.

Además, la página web de Andean Spirits proporcionará una nueva pestaña en su layout donde se puede comprar el producto turístico virtualmente y obtener información detallada de los paquetes, así como comprar en la tienda online (figura 35).

Figura 35



CHAWAR

Online Store Awards and Press Store Locator Art + Research Our Story

100% agave andino
made by women
from ecuador

[Learn more.](#)

Instagram Facebook YouTube

CHAWAR is an agave spirit made by women from the Andes mountains of Ecuador.



CHAWAR TIME

Nota. Ejemplo de publicidad online para Chawar Time.

Por otra parte, se pretende vender la experiencia a los intermediarios turísticos como son las agencias de viajes y operadoras turísticas, ofreciendo el producto por sus propios medios. Además, la promoción en el aeropuerto de Quito por medio de un anuncio publicitario en pantallas con un convenio con Quiport S.A. para quienes arriban en la ciudad (figura 37).

Figura 37

Publicidad en aeropuerto



CHAWAR TIME

DOS HORARIOS: 10AM Y 4 PM

TODO INCLUIDO:

- TRANSPORTE
- ALIMENTACIÓN
- GUÍA
- COCTEL DE BIENVENIDA

BARTENDING Y CATA (DEGUSTACIÓN DE LICOR 5 VARIEDADES)

CÓDIGO "QR" CON RECETARIO DE COCTELES

MÚSICA JUNTO BANDA DE YARUQUÍ

PRECIO POR PERSONA 46.50 USD

Nota. Ejemplo de publicidad para Chawar Time.

Conclusiones

A propósito de concluir esta investigación se puede decir que en turismo se considera la experiencia turística como el centro para desarrollar esta actividad económica, teniendo en cuenta que se deben diferenciar las experiencias de la vida cotidiana a la que se vive en un viaje. Esto es claro en una experiencia turística que se pretende desarrollar para ANSPI, siendo dinámica, interactiva, en la cual se ve la autenticidad, se puede desarrollar para dar educación sobre la cultura y folklore del Ecuador por medio de experiencias memorables para quienes usen sus servicios.

En un segundo aspecto, al realizar el estudio se concluyó que en la destilería ANSPI existen espacios que podrían usarse para la recreación, actividades con fines educativos y tiempo de ocio, es así como es necesario el diseño de un producto turístico, ya que con esto se podría comercializar la visita a las instalaciones.

La otra parte es que existe la factibilidad para desarrollar este proyecto turístico enfocado en la destilación del licor de penco andino y al desarrollar este proyecto, se están cumpliendo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible planteados por las Naciones Unidas, respecto al trabajo decente y crecimiento económico, y la producción y consumo responsable de recursos. Entre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que se está aplicando en el actual proyecto, se enlistan los siguientes:

ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico.

Es importante garantizar fuentes de ingresos para las personas que conforman la Asociación de Mujeres Mishkita de Cayambe. El crecimiento del tamaño de la industria del penco beneficia a todo el entorno que de forma directa e indirecta se relaciona con este sector productivo, esto incluye proveedores, transportistas, pequeños negocios locales, entre otros. Para todos ellos, existirá una mejora en sus condiciones de vida al existir un desarrollo de la industria en su

totalidad, que se transforma en mejores salarios, mayor número de personas contratadas, mayor volumen de transacciones económicas, entre otros.

ODS 5: Igualdad de género

Actualmente, el 80% de productoras de savia de agave son mujeres, mayores de 50 años, campesinas de pueblos originarios del Ecuador, son las guardianas de la tradición.

El presente proyecto prevé dar prioridad a la contratación de mujeres de grupos menos favorecidos, para garantizar una sociedad más justa e igualitaria.

ODS 12: Producción y consumo responsables.

Andean Spirits compra la materia prima a Mishkita, para su producción, buscando mantener una gestión eficiente de los recursos naturales, evitando los desperdicios, cuidando la calidad de la tierra y buscando el crecimiento sostenible de la actividad económica. En este contexto la Asociación Mishkita ha ido manejando un cultivo silvestre, cosechando y sembrando nuevos pencos. Es importante mencionar que el proyecto no busca una mayor explotación del medioambiente, por el contrario, se busca mejorar la producción con un menor impacto ambiental.

Por otra parte, un elemento de esta experiencia es el penco o agave andino (*Furcraea andina*) en la cultura ecuatoriana, su importancia se evidencia en que es parte de la historia siendo fundamental para la alimentación, vestimenta y fuente de medicina de los pueblos indígenas originarios del territorio y además de varios usos que se conservan hasta la actualidad.

En síntesis, al desarrollar un proyecto turístico para Andean Spirits que exponga los procesos de extracción de la savia del agave andino (*Furcraea andina*) y la elaboración del producto final permitirá generar valor para todas las personas involucradas de forma directa e indirecta alrededor de la industria del penco. Por lo tanto, las primeras beneficiarias son las mujeres de la comunidad Mishkita, quienes tienen garantizada la compra de su producción por parte de la

compañía ANSPI S.A., generándose para ellas un trabajo digno y sostenible que les permita mejorar sus condiciones de vida.

Recomendaciones

Se termina este trabajo de tesis exponiendo las recomendaciones obtenidas a lo largo del proceso de esta investigación, con el fin de continuar con el proyecto y de aclarar algunos puntos, de modo que se sugieren acciones concretas como complemento de la investigación, con respecto a esto se generan las siguientes recomendaciones:

Primero, se recomienda a la empresa Andean Spirits S.A. desarrollar un plan piloto donde se verifique la factibilidad real del presente estudio, para de este modo lograr plasmar sobre la realidad lo que se ha investigado.

En segundo lugar y de igual importancia, se debe tomar en consideración que los datos tomados del Instituto INEC están desactualizados, por lo que se recomienda tomar en cuenta que las cifras usadas en el presente estudio están lejos de la realidad actual.

Por otro lado, se debe recomendar a la compañía ANSPI S.A. colocar la respectiva señalética para los visitantes, con el fin de evitar accidentes dentro de las instalaciones. Así como también, se sugiere implementar un área de camping como un producto turístico opcional, ya que las instalaciones de ANSPI cuentan con un espacio propicio para dicha actividad.

Por último, se sugiere a la compañía promocionar la marca de mejor manera a través de campañas publicitarias con lo que se podría visibilizar para la población ecuatoriana y extranjeros visitantes en Quito.

Bibliografía

- Agave, A. (27 de marzo de 2021). *Facebook*. Recuperado el 25 de octubre de 2021, de <https://www.facebook.com/andeanagave/photos/2798843727049502>
- ALIADOS. (2021). *ALIADOS.ORG*. Obtenido de <https://www.losaliados.org.es/sobre-nosotros-1/#nuestros-socios>
- Banco Central del Ecuador. (2021). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/banco-central-del-ecuador>
- Cabanilla, E. O. (2020). La nueva realidad del turismo post COVID 19. En *En Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el covid-19* (págs. pp. 63-97). Quito: Abya Yala. Obtenido de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/152196-opac>
- Carballo Fuentes, R. R. (2014). *Experiencia turística, imagen, seguridad y centros culturales* (Vol. Tesis doctoral). Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Recuperado el 2022, de <http://hdl.handle.net/10553/13007>
- Cardet, P. (2018). *Procedimiento para el diseño de productos turísticos basados en el patrimonio de un municipio. Cuba*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552018000100001
- Carmer, A. B. (2011). *CSTEM: An Evolution in the Sensory Evaluation of Alcoholic Beverages* [Tesis de Maestría, University of Nevada]. Las Vegas: UNLV. doi:<http://dx.doi.org/10.34917/2452098>
- Chirinos, G. (2019). *Huñunakuy: Vivencias ancestrales del imperio de los Incas y su cosmovisión andina de los problemas del mundo*. Ibukku.
- Claudia Guevara, E. V. (4 de mayo de 2014). Potencialidades medicinales de los géneros *Furcraea* y *Agave*. *Revista Cubana de Plantas Medicinales*, 4,11. Recuperado el 3 de septiembre de 2021, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1028-47962014000300012&lng=es&tlng=en.
- Cobo, C. (2016). *La Cultura Del Penco (Agave Americano Andino), Un Patrimonio Cultural. ANAGAVEC*.
- Comité de Operaciones de Emergencia Nacional. (14 de MARZO de 2020). *PROTOCOLO DE BIOSEGURIDAD PARA EL SECTOR INDUSTRIAL Y COMERCIAL*[Archivo PDF]. Obtenido de MINISTERIO DE PRODUCCIÓN Y MINISTERIO DE TRABAJO: https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/DOC_CORONA.pdf
- Csikszentmihalyi, M. C. (1998). *Experiencia Óptima: Estudios psicológicos del flujo en la conciencia*. Obtenido de <http://reme.uji.es/articulos/agxfee4470103100/texto.html>
- Cuervo, M. (24 de mayo de 2018). *Mundo Cuervo*. Recuperado el 2 de septiembre de 2021, de <https://www.mundocuervo.com/>
- De Carvalho, P. (1994). *Antología del folklore ecuatoriano*. Abya Yala.

- De la Torre, L. C.-H. (19 de 06 de 2018). Agave americana and Furcraea andina: Key Species to Andean Cultures in Ecuador. *Botanical Sciences*, 246-260. doi:<https://doi.org/10.17129/botsci.1813>
- Ecuador, C. (19 de agosto de 2017). *Facebook*. Recuperado el 20 de junio de 2021, de <https://www.facebook.com/Conoce-Ecuador-1765174213697919/photos/pir%C3%A1mide-de-oyambarola-pir%C3%A1mide-que-yace-en-el-barrio-de-oyambaro-levantada-en-1/1924992574382748>
- Ecuador, E. O. (2020). *ODS Territorio Ecuador*. Obtenido de <https://odsterritorioecuador.ec/publicacion-retos-en-la-medicion-de-los-ods/>
- España, E. (2021). *Espirituosos España*. Recuperado el 20 de 10 de 2021, de <https://www.espirituosos.es/Las-bebidas-espirituosas/Que-son-bebidas-espirituosas/>
- Federación Española de bebidas espirituosas. (2021). *Espirituosos España*. Obtenido de BEBIDAS ESPIRITUOSAS [Archivo PDF]: <https://www.espirituosos.es/>
- Federación Española de bebidas espirituosas. (2021). *Espirituosos España*. Obtenido de LAS BEBIDAS ESPIRITUOSAS [Archivo PDF]: www.febe.es
- FLACSOAndes. (25 de noviembre de 2020). Recuperado el 25 de septiembre de 2021, de Repositorio Digital FLACSO Ecuador: <http://hdl.handle.net/10469/17201>
- García, C. (2010). *Cosmovisión inca: nuevos enfoques y viejos problemas*. Universidad de Salamanca.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Yaruquí. (2020). *Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Yaruquí*. Obtenido de <http://www.yaruqui.gob.ec/>
- Gobierno de México. (2019). *Gobierno de México*. Obtenido de Secretaria de Turismo: <https://www.gob.mx/sectur>
- Hermosa, H. (2018). *Cuando vengo nomás vengo: Cosmovivencia andina desde la palabra de nuestros mayores*. Editorial Abya - Yala.
- Hernández Ramos, E. M. (2020). *Manual del comercio electrónico*. Marge Books. Recuperado el 4 de 10 de 2021, de <https://www.mdconsult.internacional.edu.ec:2057/es/lc/uide/titulos/167422>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: MCGRAW-HILL.
- Holbrook, M. y. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research*, 132-140.
- Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. (2020). *Gobierno de México*. Obtenido de <https://www.gob.mx/imp/ articulos/tradicion-e-identidad-protégidas-las-denominaciones-de-origen-e-indicaciones-geograficas#:~:text=El%20pasado%20de%20junio,tiene%2017%20denominaciones%20de%20origen.&text=Como%20parte%20de%20la%20cooperaci%C3%B3n,386%20>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS. (2017). *INEC*. Obtenido de www.inec.gov.ec

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFIA, I. (2019). Obtenido de <https://www.inegi.org.mx/>

Kotler, P. y. (2013). *Fundamentos de marketing*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2001). *UNESCO.ORG*. Obtenido de <http://portal.unesco.org/>

MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO. (2016). *MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO*. Obtenido de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/>

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE DEL ECUADOR. (2013). *MAE*. Obtenido de www.mae.gov.ec

Ministerio de Turismo. (2020). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/>

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. (2020). *OMT*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

PLANDETUR. (2020). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

Públicas, M. d. (2021). Obtenido de <https://www.obraspublicas.gob.ec/>

Roberto Hernández Sampieri, P. B. (2000). *Metodología de la investigación*.

Ruíz, H. (2007). *RELACION DEL VIAJE HECHO A LOS REINOS DEL PERU Y CHILE POR LOS BOTANICOS Y DIBUJANTES ENVIADOS POR EL REY*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas, CSIC.

Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación SENESCYT. (2021). *Banco de Ideas*. Obtenido de www.bancodeideas.gob.ec

Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (2015, p.5,6). *Actualización del Plan de Ordenamiento Territorial de la Parroquia[Archivo PDF]*. Obtenido de http://sitp.pichincha.gob.ec/repositorio/disenio_paginas/archivos/PDOT%20YARUQU%20C3%8D%202015.pdf

Servicio de Rentas Internas. (2020). *SRIenlinea*. Obtenido de <https://srienlinea.sri.gob.ec/>

Shigcha, M. (18 de septiembre de 2021). *Chucchurillos Ñaupa Ayllu Manta*. Obtenido de <https://chucchurillos-naupa-ayllu-manta.webnode.es/>

SIPCE. (2021). Obtenido de <https://www.patrimoniocultural.gob.ec/sistema-de-informacion-del-patrimonio-cultural-ecuatoriano-sipce/>

Spirits, A. (2021). *Andean Spirits*. Obtenido de <https://www.drinkchawar.com/>

UNESCO. (2021). *UNESCO*. Obtenido de <https://whc.unesco.org/es/list/1209>

UNWTO. (2020). *The World Tourism Organization*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

UNWTO. (2021, p.45). *UNWTO Tourism Definitions*[Archivo PDF]. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>

World Tourism Organization, ,. &. (2017, p.6). *Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030*. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419340>

Anexos

4. Guion turístico

Chawar Time

Muy buenos (días- tardes), me presento mi nombre es _____ yo seré su guía el día de hoy, durante todo el recorrido. También es muy grato presentarles a nuestro conductor profesional _____ quien nos acompaña el día de hoy, les damos la bienvenida.

La vestimenta que llevo puesta es el traje típico de la mujer cayambeña que representa al pueblo indígena de los Cayambis, los colores vivos de esta indumentaria son parte del folklore andino, estos pueblos conservan esta tradición al igual que sus bailes y su idioma el quichua. Principalmente, llama la atención la camisa blanca bordada con cintas de colores y propiamente la falda plisada, sombrero y alpargatas.

Recomendaciones

Les recomendamos que lleven una botella de agua con ustedes, en la destilería existe un botellón donde pueden llenar su botella con agua purificada. Les recomiendo:

- mantenerse hidratado siempre.
- De igual manera, por favor manténgase siempre unido al grupo,
- en caso de emergencia llame al 911.
- Antes de iniciar el viaje se les recomienda colocarse los cinturones de seguridad.

Guianza en ruta

Tomaremos la Avenida Simón Bolívar, cuyo nombre ha sido dado en honor al libertador, quien lideró la independencia de lo que hoy conocemos como Venezuela, Colombia, Ecuador y Perú.

Llegaremos a nuestro destino la destilería Andean Spirits en Yaruquí después de aproximadamente 40 minutos de viaje. Además, durante este recorrido podremos disfrutar de una maravillosa experiencia con los paisajes de la Ruta de los Volcanes. Esta vía es ideal para hacer fotografías, si el clima nos lo permite, podremos observar volcanes nevados como el Cotopaxi, el Atacazo, el Corazón, Rumiñahui, Pasochoa y varias montañas como el cerro Coturco.

El volcán Cotopaxi es uno de los más grandes del Ecuador, con una altura de 5897msnm. Es un volcán activo y uno de los más altos del mundo, en esta zona existe una gran variedad de flora y fauna por lo que ha sido creado el Parque Nacional Cotopaxi y el centro de interpretación conocido como Museo del parque. Además, existe el Área recreacional El Boliche, donde se puede reservar una cabaña o acampar. Aquí existen varios senderos donde se puede recorrer el páramo, el cual es albergue de especies de animales como venados, liebres, el puma, diferentes aves como el cóndor andino y plantas endémicas como el pumamaqui, chuquiragua, pajonal, almohadillas. Cabe recalcar que los páramos son de donde proviene el agua para la ciudad de Quito. También, existe una laguna llamada Limpiopungo ubicada a 3800msnm.

Ubicación

Visitaremos la fábrica destilería de Andean Spirits la cual, se encuentra ubicada en la Parroquia rural de Yaruquí, localizada en la provincia de Pichincha, cantón Quito, situada al oriente de la ciudad.

Yaruquí es una de las 33 parroquias rurales del Distrito Metropolitano de Quito, estas parroquias rurales están divididas en 8 Administraciones Zonales, Yaruquí pertenece a la

Administración zonal de Tumbaco. Limita al norte con las parroquias de El Quinche y Guayllabamba; Al sur con Pifo; Al este con Checa; y, al oeste, con Tababela, como se puede observar en este mapa.

Introducción al Recorrido y coctel de bienvenida (30min.)

Este momento está dedicado a involucrarse con el mundo de los licores espirituosos y las tradiciones actuales ecuatorianas que nacen de la cosmovisión indígena andina, por la herencia cultural que dejaron los conquistadores como legado y que ahora forma parte en conjunto de las tradiciones ecuatorianas. El recorrido dura aproximadamente tres horas.

Aprenderemos a cerca del destilado de chawarmiske, desde la cosecha hasta el embotellado, el cual se realiza de forma artesanal. Este proceso empieza con la extracción del zumo del penco que se cultiva de forma silvestre en los andes ecuatorianos y posteriormente se traslada a la fábrica destilería en Yaruquí, en donde se destila y se embotella. Con este licor se pueden realizar numerosos cócteles.

La compañía Andean Spirits S.A., se dedica a la elaboración y comercialización de bebidas alcohólicas, principalmente el licor proveniente del agave andino (*Furcraea andina*), conocido en los andes ecuatorianos como penco. Andean Spirits ha realizado una alianza estratégica con la Asociación de Mujeres Mishkita, la primera asociación de productoras agrícolas del Ecuador, es un grupo de trece mujeres que se dedican a la agricultura del penco andino, con el propósito de asegurarse la disponibilidad de esta materia prima, mientras que la empresa apoya a las mujeres con fortalecimiento de capacidades de gestión y gobernanza (Aliados, 2021).

En general, la destilería Andean Spirits elabora bebidas espirituosas.

Según la Federación Española de Bebidas Espirituosas (FEBE), es una bebida alcohólica destilada proveniente de granos, frutas u otros ingredientes fermentables. Se caracterizan por tener un contenido alcohólico mayor que las bebidas que no han sido destiladas, por ejemplo,

la cerveza y el vino. Algunas de las bebidas espirituosas más populares son el brandy, la ginebra, el ron, el tequila, el whisky, el vodka y varios licores aromatizados.

En Europa, los licores espirituosos son tradicionales y se les atribuye a los alquimistas, quienes hallaron en el destilado de uva “el agua de vida”, en busca de la inmortalidad. Las bebidas espirituosas han sido usadas durante siglos como signos de hospitalidad, para calmar dolencias, como reconstituyentes y más (FEBE, 2020).

Guianza en sitio

(En el huerto) la demostración se la hace con la planta (*Furcraea andina*)

El penco andino, en Ecuador dependiendo la región en que se encuentre, cuenta con otros nombres de común denominación tales como ‘penco’, ‘cabuyo’, ‘tzawar mishki’, entre otros. Los conocimientos ancestrales que giran en torno a esta planta son parte de la cultura andina aprovechando sus diversas propiedades, tanto refrescantes como también para uso externo, como el shampoo de la raíz del penco, la extracción de fibras que es “la cabuya” con que se elaboran alpargatas, bolsos, y diversas artesanías (De la Torre, 2018).

Durante la época prehispánica, el penco tuvo una gran importancia para las culturas ancestrales americanas, la evidencia arqueológica sugiere que la relación entre *Agaveae* spp. y humanos en lo que hoy se conoce como Ecuador ha existido desde el Período de Integración (1,000-1,450 A.C.) (De la Torre, 2018).

Antes de la llegada de los españoles y los incas se aprovechaba todo lo que esta planta tiene para ofrecer al ser humano, incluso después de muerta la planta se sigue usando, cada parte del penco sirve para algo y fue utilizada desde la raíz hasta la punta de su tallo, donde cuelgan las flores.

De hecho, los españoles conocían al penco (*Agave americana*) como ‘maguey’ los incas como ‘chachau’ usaron esta planta de hojas a raíces para hacer arte y el zumo para curar heridas y

como quitamanchas. De modo que cocinando las hojas hacían brebajes de diversos usos, tanto medicinales como para oscurecer el cabello de las mujeres para resaltar su belleza. También lo usaban para obtener cáñamo muy fuerte para las suelas de los zapatos, cabestros y sogas. Así como para su vestimenta y alimento que lo mezclaban con la quinua o el maíz. Por otra parte, del chachau se obtenía miel, vinagre y jabón.

Utilidades del penco para el ser humano:

- La raíz: con esto se crean esculturas decorativas, talladas como máscaras y otros objetos con enfoque ancestral, que plasman elementos de la simbología de pueblos originarios como Kitu-Cara.
- Las hojas: de aquí se extrae la fibra que en Ecuador se conoce como cabuya.
- El corazón o vientre: de esta parte se extrae la savia, el chawarmiske, que una vez fermentado se convierte en “guarango” como se lo conoce en Ecuador.
- El corazón seco: se usa para fabricar asientos, soportes de vasijas e instrumentos musicales como tambores con piel de animales conocido como “tongón”.
- La savia: Se extrae del corazón o vientre de la planta, en Ecuador se la denomina chawarmiske, se hace vinagres, mermelada, champú, jabón, licores.
- El tallo: puede llegar a medir de 15 a 20 metros de alto, es el tallo de la flor más alto del mundo, con el que se realizan instrumentos musicales.
- Las flores: salen en la última etapa de vida de la planta y sirven de alimento. Se las consume en conserva y pueden servirse en ensaladas, se las conoce como “alcaparras”.

Por otra parte, según una investigación científica realizada por De la Torre y Logan-Hines, el fundador de Andean Spirits, la savia dulce de penco (F. andina), conocida también en kichwa

como “chawarmiske” o “mishki”, cuenta con propiedades dentro de la medicina natural ancestral, entre las cuales se destacan las siguientes:

-Curar heridas

-Reducción del dolor en las articulaciones, cuando existen casos de artritis.

-Ayuda a asimilar el calcio en los huesos.

-Alivio de la gastritis.

A su vez, desde épocas antiguas existen relatos en donde nombra a esta versátil planta, el Inca Garcilaso de la Vega un cronista renombrado en las épocas de los siglos de Oro, durante el periodo del Renacimiento y el Barroco, siglo XVI y XVII. Argumenta en varias series de estrofas de una de sus obras ‘Los Comentarios Reales’ las virtudes de esta planta y que los indígenas de lo que actualmente es Perú le daban diversos usos.

En las faldas del volcán Cayambe, la Asociación de mujeres Mishkita, las conocedoras de esta planta saben cómo extraer la savia dulce del penco maduro, ellas abastecen de materia prima para la producción de ANSPI S. A durante todo el año. Los procesos productivos dentro de Andean Spirits se realizan en base a los conocimientos de la Asociación Mishkita y la práctica que realizan, los cuales han sido transmitidos de generación en generación, empieza con la extracción de la savia dulce del penco (*Furcraea andina*) que se cultivan de forma silvestre en los andes ecuatorianos.

Proceso de cosecha (30mins.)

A partir de ahora, vamos a conocer el proceso de elaboración del licor destilado de penco, para esto se inicia cosechando la savia dulce de penco conocida como chawarmiske o tzawarmiski, este término proviene del quichua que significa dulce de penco.

El chawarmiske se produce naturalmente, cuando la planta ha madurado, se extrae el líquido dulce del corazón del penco, se pueden obtener entre 4 a 10 litros diarios, esta planta da una producción de savia de 40 días y después muere. El agave (*Agave americana* y *Furcraea sp.*) requiere de 6 a 8 años para estar listo para ser cosechado, ya que en este tiempo puede alcanzar el tamaño y otras características morfológicas adecuadas que permiten que la savia se acumule en su interior. Esta tarea es realizada especialmente por las mujeres quienes cosechan en las madrugadas, ya que esta tarea está ligada a las fases de la luna o 'Killa' que en la cosmovisión indígena es la parte femenina del cosmos.

La extracción del chawarmiske tradicionalmente se la realiza, en la fase de luna nueva, en los meses de junio, julio y agosto, ya que, consideran que es cuando su líquido dulce está fluyendo y sus hojas son fáciles de cortar, los campesinos realizan rituales de purificación y agradecimiento para la extracción del líquido, pidiendo permiso y ofrendando a las plantas.

Asimismo, el sabor dulce de la savia, antes de ser fermentada, proviene por el contacto cercano que tienen las raíces de la planta con el suelo, por lo que lo llamaban "néctar de la naturaleza", hasta cuando los españoles, en la época de colonización, introdujeron la caña de azúcar (Guevara, et al., 2014).

En este proceso se realiza la demostración de la extracción del chawarmiske directamente de la planta utilizando las herramientas tradicionales por parte de las mujeres de Mishkita.

PROCESO	DESCRIPCIÓN
Raspado	Se realiza un raspado con un machete en la planta para retirar las hojas y tener acceso hacia la cavidad o corazón, donde se encuentra el líquido o savia que produce la planta.

PROCESO	DESCRIPCIÓN
Recolección	Se procede a realizar un orificio en el corazón de la planta para luego taparlo con una piedra evitando que ingresen insectos.
Obtención del chawarmiske	Después de aproximadamente una semana se destapa el orificio y se extrae la salvia dulce o chawarmiske que guarda la planta con la ayuda de un pilche.
Acopio	Posteriormente se traslada al centro de acopio, en recipientes de acero inoxidable, donde recibirá su primer tratamiento para eliminar impurezas del campo.

(En la destilería)

Después, ANSPI, usa el chawarmiske como materia prima para la elaboración de su producto que lleva el nombre de 'Chawar', con lo que se está beneficiando a las comunidades de pequeños productores.

Proceso de destilado (20min.)

PROCESO	DESCRIPCIÓN
Fermentación del chawarmiske	Una vez que se ha obtenido el chawarmiske, se lo coloca en recipientes de acero inoxidable a una temperatura ambiente, la cual oscila entre los 25 y 26 °C. Su fermentación se realiza de forma natural y espontánea, en recipientes de 100 litros y dura de 3 a 4 días, en los cuales la levadura actúa transformándolo en alcohol. El primer día se observará que se produce una especie de espuma, la cual va perdiéndose conforme la fermentación avanza.

PROCESO	DESCRIPCIÓN
Destilación del chawarmiske	<p>Se coloca el chawarmiske fermentado en un alambique para su destilación. Es un alambique de acero inoxidable, tecnología alemana con capacidad de 250 litros, este permite separar el mosto, extracto del penco, del alcohol. Se separa el alcohol en dos partes que son las cabezas y los corazones a fin de que se obtenga únicamente los corazones, que se conoce como alcohol “ordinario” con un grado alcohólico del 18% al volumen.</p> <p>Se enciende la caldera, para que se empiece a evaporar el alcohol a una temperatura de 78°C. Una vez evaporado, este pasa por el alambique, el cual contiene agua fría que sirve como refrigerante y que el vapor de alcohol se condensa transformándose en líquido. Luego de esto en el serpentín que enfría el alcohol y también para que los restos de vapor no se mezclen con el líquido. Posterior a pasar el enfriado, se coloca en un tanque de almacenamiento para comprobar que este contiene el 40% de alcohol, caso contrario se lo vuelve a destilar.</p>
Rectificación o 2da destilación	<p>Una vez obtenido el primer destilado u ordinario se procede al rectificado, se traslada a un alambique de acero inoxidable que a diferencia del anterior cuenta con cuatro platos, cada plato contiene cobre lo que ayuda a que el destilado tenga un mejor aroma y sabor. Los cuatro platos ayudan a llegar al punto exacto de la receta de CHAWAR, tiene 90% de alcohol puro. En este punto se extraen tres partes: las cabezas, corazones y colas. Lo que se busca en este proceso son los corazones ya que las colas y cabezas simplemente se almacenan para volverlas a rectificar (3er destilado).</p>

PROCESO	DESCRIPCIÓN
Almacenamiento Maduración y Embotellado	<p>Se almacena el alcohol en tanques de acero inoxidable el cual se procede a diluirlo al 65% con el fin de evitar pérdidas y fugas de alcohol y conservar la calidad del producto.</p> <p>Posterior a la respectiva maduración se procede al tanque de mezcla para diluir con agua al grado alcohólico deseado es decir al 40%. Todo el proceso de embotellado, etiquetado, sellado, encerado es manual.</p>

(bartender)

Cata de variedades de licores (1 hora)

Se degustan 5 variedades de licores

Código QR (10min.)

En este momento se hará la entrega de recetarios de cocteles por medio de un código QR con el que podrán realizar sus cocteles en la comodidad de sus casas.

Folklore (30min.)

Este tiempo de recreación está dedicado a compartir en grupo para conocer una de las prácticas y manifestaciones culturales de las tradiciones andinas ecuatorianas con el fin de rescatar estas costumbres, con esto los visitantes podrán presenciar cómo es el folclore en este contexto.

Lo que una vez fue el imperio de los incas en el pueblo Tawantinsuyu, su territorio, ciudad del Qosco, en lo que en la actualidad se la conoce como ciudad del Cuzco en Perú. Wiracocha Inti, enseñó a sus hijos Manqo Qhapac y Mama Oqlllo a explotar la naturaleza sin dañarla o deteriorarla. Entonces, el sol y la Pachamama, la tierra, conceden luz, agua y tierras fértiles para

que sus hijos, los incas, logren cultivar, ayudando así a que su pueblo se multiplique por cumplir con sus preceptos; explotar los recursos con eficiencia, repartirlos equitativamente y cumplir con las tres normas de comportamiento: “Allin Munay” que significa sentir o querer bien, “Allin Yachay”; pensar o saber bien, “Allin Runay”; hacer el bien y los tres preceptos básicos de convivencia de los hijos de la tierra: “Ama Suwa” que significa no robar, “Ama Llulla” no mentir y “Ama Qella” no tener pereza, son principios de laboriosidad andina (Chirinos, 2019).

Más adelante, Pachakutec fundó algunas festividades religiosas, entre ellas el Inti Raymi y el Qhapaq Raymi, siendo el Sol la divinidad principal del incanato. Se celebra en la plaza una gran explanada se celebra el Inti Raymi y el Warachikuy, un ritual de iniciación a los jóvenes (Chirinos, 2019).

La misma autora cita que, las tres festividades incaicas más importantes fueron Inti Raymi, fiesta que se celebraba en el solsticio de invierno, Capac Raymi, el solsticio de verano y el Coya Raymi y el ritual de la Citua, en el equinoccio de primavera (p.128).

Se considera que los rituales se encuentran asociados a los ciclos agrícolas, considerando de esta manera la celebración del Inti Raymi o comúnmente llamada “fiesta del sol”, un claro ejemplo de lo mencionado, ya que se festeja anualmente las cosechas obtenidas durante todo el año (García, 2010). Así mismo, se podría manifestar que dicha celebración es la fiesta indígena más popular, la cual inicia con el solsticio de invierno, a finales de junio, las motivaciones principales de esta celebración fueron tres: la gratitud por la vida, honrar el recuerdo de los primeros reyes Inkas del Cuzco, y regocijar al pueblo, pues el pueblo participaba como lejano espectador (Hermosa, 2018).

Para esta celebración se apartaban llamas blancas para hacer sacrificios, en el Coricancha, templo del sol, se ofrendaban las llamas por los sacerdotes y el Inca, sacrificaban estos animales por el sol quien les dio la vida, para que siga iluminando, también se ofrendaban hojas de coca

y maíz tostado. El Inca iba siguiendo al sol desde el inframundo, bebiendo y haciendo bailes o taquis, bailes ceremoniales de danza agrícola que se hace cuatro veces al día (García, 2010).

En 1986 con el fin de algunas comunidades por luchar por los derechos de los indígenas, se constituye una organización y se organizan festividades, entre ellas las de San Pedro y San Pablo, con los dirigentes de cada parroquia se da la denominación de Inti Raymi a la celebración indígena, a partir de aquí esta festividad se realiza en sus comunidades (Hermosa, 2018, p.89).

Hermosa (2018) cita que en la celebración del Inti Raymi participan varios personajes: aruchicos, son quienes bailan en forma circular, este baile representa la forma en que el mundo rota en su propio eje, los diablos humas, abren campo al grupo; los versadores, son los personajes más notables del grupo ya que son quienes cantan los versos y todas las personas lo siguen en un solo tono, payasos, hacen bromas, los capitanes, quienes encabezan el grupo; guiadores, dirigen el camino junto al capitán; campanilleros y guitarristas animan el grupo con sus cantos y coplas (p. 90).

El canto es: “Jaeii”, “Uri Llaktamanta, Kukamanta, Lamarmanta, Ashta pillurijukpi, Ñami Kallarinchi, Ay Watin Watin, Puncha Chayakpi, Allta Pukllachingapak, Santa Ritapik”

Participación grupal (todos gritan al unísono después del guía).

De Carvalho, P. (1994) nombra que, uno de los principales personajes que participan en el Inti Raymi es el Diablo Huma, llamado también en Kichwa “Haya Huma” que significa cabeza de diablo, su vestimenta es colorida para ahuyentar las malas vibras, los espíritus malignos y representa la conexión del cosmos con lo terrenal. Durante la celebración, el Diablo Huma danza en tres tiempos para establecer una conexión entre la Tierra, el Sol y la Luna. Su atuendo está compuesto por una máscara de varios colores y doble cara, la misma que representa la dualidad del cosmos. De igual forma, su atuendo se compone de un látigo, símbolo de poder y autoridad y sus piernas se cubren con zamarros que guían a los participantes de la fiesta (p. 184).

El mismo autor señala que el diablo huma lleva una máscara de tela que cubre hasta el pecho, con dos caras; en la parte del frente y detrás tiene ojos, narices y bocas, orejas, en la parte superior tiene cachos, camisa y un zamarro negro de cuero de chivo, se complementa con adornos de los colores del arcoíris. Los cuernos son doce y representan los doce meses del año, este personaje guarda a todo el grupo (p.91).

Así mismo, esta entre otras tradiciones está vinculada al penco andino, el mismo que sirve como materia prima para la elaboración del “guarango”, bebida fermentada consumida durante celebraciones como el Inti Raymi.

Por otra parte, en las parroquias rurales como la de Yaruquí, se festeja las Fiestas de San Pedro y de San Pablo, esta celebración se da el 29 de junio, es una fiesta popular, se trata de una veneración a los santos y proviene de una tradición católica que ofrecieron los españoles durante muchos años en homenaje a los santos. Los indígenas celebraban el Inti Raymi, para honrar al dios Sol, mientras que los españoles lo llamaban festejo a San Pedro, para honrar al apóstol San Pedro (Hermosa, 2018, p. 152).

Es preciso recalcar que esta celebración es una fiesta de identidad y se la realiza en junio en donde se festeja en colectivo con bailes, cantos y coplas junto a sus guitarras y charangos, en estas manifestaciones sociales se evidencia la fusión de símbolos de pueblos con una historia de resistencia a la conquista.

(Música en vivo banda de pueblo de Yaruquí o en su defecto música grabada)

En la plaza de cada pueblo comúnmente después del festejo se realiza la “Pambamesa”, un acto en que todos llevan comida y comen juntos compartiendo en grupo y el dirigente agradece a la Tierra o Pachamama (Hermosa, 2018, p. 98).

(el guía agradece a la Pachamama por los alimentos) acto seguido alimentación grupal

Almuerzo

Por último, recibirán alimentación, para esto se dispone de dos opciones de platos típicos de la sierra ecuatoriana, como son el chanco hornado y la fritada, los productos se cultivan en los andes ecuatorianos. Estos platos están compuestos por carne de cerdo, tortillas de papa conocidas como “llapingachos”, maíz cocinado, maíz tostado y ensalada. Existe opción para personas que tienen restricciones alimentarias con opciones vegetarianas sin carne y veganas sin derivados de animales.

Cierre y Despedida

Estimado público ha sido un placer acompañarlos en este viaje y poder mostrarles uno de los muchos atractivos que este país posee. Les hago la entrega de este obsequio (caminera) como recuerdo de esta maravillosa experiencia. Les agradezco por su atención prestada. A todos ustedes en nombre de Andean Spirits les deseamos un excelente viaje de regreso y agradecemos su presencia en esta ocasión.