

Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra

ESCUELA DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS
“GESTURH”

INFORME FINAL DEL PROYECTO

TEMA:

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN PARA EL ATRACTIVO
TURÍSTICO HOSTERÍA COMUNITARIA CASA TUPATAN EN LA
COMUNIDAD DE LA COMPAÑÍA, DE LA CIUDAD DE OTAVALO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

G.H.4 GESTIÓN SOSTENIBLE Y APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS NATURALES
sub línea: Turismo, desarrollo y sostenibilidad

AUTOR: Javier Esteban Tamayo Maigua

ASESORA: Mgs. Tana Vanessa Palomeque Llerena

IBARRA, MARZO – 2024

CERTIFICACIÓN DE ASESOR

Ibarra, 02 marzo del 2024

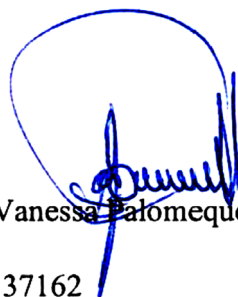
Mgs. Tana Vanessa Palomeque Llerena

ASESOR

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Gestión en Empresas Turísticas y Hoteleras (GESTURH), de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

(f.)

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Tana Vanessa Palomeque Llerena', written over a faint blue circular stamp or watermark.

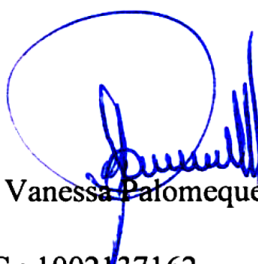
Mgs. Tana Vanessa Palomeque Llerena

C.C.: 1002137162

PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI):

(f):



Mgs. Tana Vanessa Palomeque Llerena

C.C.: 1002137162

(f):



Mgs. Dennis Victoria Ortiz Cumbal

C.C.: 1721686713

(f):



Mgs. Grace Elizabeth Domínguez Ruiz

C.C.:1002571618

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo Javier Esteban Tamayo Maigua, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que manifiesta textualmente: “Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilizaciones de sus obras o prestaciones, a título gratuito u oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o la renuncia”.

Ibarra, 02 de marzo de 2024

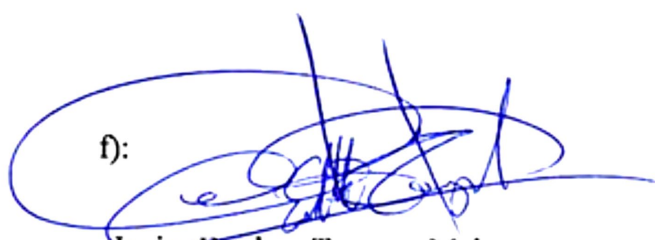
f): 

Javier Esteban Tamayo Maigua

C.C.: 1003318241

AUTORÍA

Yo Javier Esteban Tamayo Maigua, portador de la cédula de ciudadanía N° 1003318241, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad del autor, y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.

f): 
Javier Esteban Tamayo Maigua

C.C.: 1003318241

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo: JAVIER ESTEBAN TAMAYO MAIGUA, con CC: 1003318241, autor del trabajo de grado intitulado: Diseño de estrategias de promoción para el atractivo turístico Hostería Comunitaria Casa Tupatan en la comunidad de la compañía, de la ciudad de Otavalo, previo a la obtención del título profesional de Ingeniero en administración turística, en la Escuela de Gestión en empresas turísticas y hoteleras.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede - Ibarra, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra a difundir a través del Repositorio Digital de la PUCESI el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de la Universidad.

Ibarra, 02 marzo 2024



JAVIER ESTEBAN TAMAYO MAIGUA

C.C.: 1003318241

DEDICATORIA

A Dios

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mi madre Rosa Elena

Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

A mi padre Jorge

Por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.

A mi hija Nyana

Por dar sentido a mi vida; por ser el motor de mi vida, que con apenas dos años de vida me da fuerzas inconscientemente para lograr mis metas.

A mis hermanos Joel y Ñusta

Por motivarme a siempre cumplir mis metas, y de esta manera dar un buen ejemplo como hermano mayor de la familia.

AGRADECIMIENTO

La presente Tesis es un esfuerzo en el cual, directa o indirectamente, participaron varias personas leyendo, opinando, corrigiendo, teniéndome paciencia, dando ánimo, acompañando en los momentos de crisis y en los momentos de felicidad.

Agradezco a la Mgs. Tana Vanessa Palomeque Llerena por haber confiado y por la paciencia y por la dirección de este trabajo.

Gracias a mi familia Tamayo Maigua, a mi pareja, por sus esfuerzos y apoyos constante en cada instante de mi vida, sin ellos no fuera posible nada de esto, y disculpas por la demora.

¡Gracias a todos!

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DE ASESOR	ii
PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS	iv
AUTORÍA	v
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN	vi
DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
1. RESUMEN	1
2. ABSTRACT	2
3. INTRODUCCIÓN	3
4. ESTADO DEL ARTE	6
4.1 Investigaciones Internacionales	6
4.2 Investigaciones Nacionales	7
4.3 Investigaciones Locales	9
4.4 Marco Conceptual	10
4.4.1 Turismo	10
4.4.2 Turismo Comunitario.....	11
4.4.3 Turismo Comunitario en Imbabura.....	11
4.4.4 Cultura	12
4.4.5 Patrimonio Cultural.....	13
4.4.6 Recurso Turístico	15
4.4.7 Atractivo Cultural	16
4.4.8 Enfoques del Diseño Turístico.....	16
4.4.9 Promoción Turística.....	17

4.4.10	Publicidad	18
4.4.11	Marketing Turístico	18
4.4.12	Valor del Patrimonio Inmaterial	19
4.4.13	Público Objetivo	22
4.4.14	Planificación	22
4.4.15	Plan	23
4.4.16	Promoción	23
4.4.17	Estudio de Mercado	23
4.4.18	Diseño de Estrategias	24
4.5	Marco Legal	25
4.5.1	Organización Mundial de Turismo	25
4.5.2	UNESCO	25
4.5.3	Geoparque Imbabura	25
4.5.4	Reglamento de Actividad Turística	26
4.5.5	Normativa de Turismo Comunitario - MINTUR	26
4.5.6	Reglamento de Aventura	27
4.5.7	Plan Nacional de Desarrollo 2021-2025	28
5.	MATERIALES Y MÉTODOS	30
5.1	Métodos	30
5.1.1	Inductivo	31
5.1.2	Deductivo	31
5.1.3	Analítico	31
5.1.4	Sintético	31
5.2	Técnicas	31
5.3	Tipo de Investigación	32

5.4	Procedimiento.....	33
5.5	Instrumentos.....	33
5.6	Objeto de Investigación.....	34
5.6.1	Población.....	34
5.6.2	Cálculo de la muestra.....	35
5.6.3	Matriz de Relación Diagnóstica.....	36
6.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	38
6.1	Resultados.....	38
6.1.1	Resultados de la Encuesta Aplicada a los Visitantes de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.....	38
6.1.1.1.	Análisis General de las Encuestas.....	52
6.1.2	Resultados de las Entrevistas.....	53
6.1.2.1	Datos de los Entrevistados.....	53
6.1.2.2	Guía de Entrevista.....	54
6.1.2.3	Transcripción de las Entrevistas.....	55
6.1.2.4	Análisis General de las Entrevistas.....	64
6.2	Discusión.....	65
6.2.1	Sociocultural.....	67
6.2.2	Económico.....	68
6.2.3	Ambiental.....	69
6.2.4	Educativo.....	69
6.2.5	Turístico.....	70
6.3.	Propuesta.....	72
6.3.1.	Tema.....	72
6.3.2.	Descripción de la Propuesta.....	72

6.3.3. Análisis FODA.....	73
6.3.4. Estrategias	74
6.3.4.1. Nombre del Establecimiento	77
6.3.4.2. Logotipo	77
6.3.4.3. Eslogan: Diversión y renovación.	77
6.3.4.4. Ubicación	77
6.3.4.5. Macro Localización.....	77
6.3.4.6. Provincia de Imbabura	79
6.3.4.7. Cantón Otavalo.....	80
6.3.4.8. Comunidad “La Compañía”	81
6.3.4.9. Vías de Acceso	82
6.3.4.10. Descripción del Servicio	82
6.3.4.11. Servicios Básicos	83
6.3.4.12. Tipos de Infraestructura	83
6.3.4.13. Características	83
6.3.4.14. Portafolio de Servicios y/ o Productos	83
6.3.4.15. Servicio de Hospedaje.....	84
6.3.4.16. Servicio de Restaurante.....	86
6.3.4.17. Servicio de Guianza	90
6.3.4.18. Servicio de Transporte	94
6.3.5. Estrategias de Promoción.....	95
6.3.5.1. Elementos Publicitarios.....	96
6.3.5.2. Medios Impresos	97
6.3.5.3. Tríptico.....	98
6.3.5.4. Hoja volante.	99

6.3.5.5.	Tarjeta.	100
6.3.5.6.	Banners.....	101
6.3.5.7.	Calendario.	102
6.3.5.8.	Postal.....	103
6.3.5.9.	Prensa Escrita.....	104
6.3.5.10.	Anuncio.	104
6.3.5.11.	Boletín de prensa.	104
6.3.5.12.	Radio.....	106
6.3.5.13.	Spot publicitario radio.	107
6.3.5.14.	Televisión.	108
6.3.5.15.	Spot publicitario TV.....	109
6.3.5.16.	Internet Web.	110
6.3.5.17.	Blog.	110
6.3.5.18.	Redes sociales.....	111
6.3.5.19.	Página web.....	115
6.3.5.20.	Souvenirs.....	117
6.3.5.21.	Llaveros.	118
6.3.5.22.	Camisetas.....	118
6.3.5.23.	Esferográficos.....	119
6.3.5.24.	Gorras.	119
6.3.5.25.	Artesanías.	120
6.3.6.	Neuromarketing.....	121
6.3.6.1.	Visual.	121
6.3.6.2.	Auditivo.....	123
6.3.6.3.	Kinestésico.	124

6.3.7.	Paquetes Turísticos	125
6.3.7.1.	Paquete 1: Turismo Comunitario Una Aventura por Tupatan	127
6.3.7.2.	Paquete 2: Turismo Natural Descubriendo el Volcán Imbabura.	131
6.3.7.3.	Paquete 3: Turismo y Naturaleza Tour los Lagos.	134
6.3.7.4.	Paquete 4: Turismo Cultural Conviviendo Festividades Andinas.	138
7.	CONCLUSIONES	142
8.	RECOMENDACIONES	144
9.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	145
10	ANEXOS.....	155

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de relación diagnóstica.....	36
Tabla 2 Datos de los entrevistados.....	53
Tabla 3 Matriz FODA.....	74
Tabla 4 Estrategias de crecimiento.	75
Tabla 5 Estrategias reactivas.....	75
Tabla 6 Estrategias adaptativas.....	76
Tabla 7 Estrategias de supervivencia.....	76
Tabla 8 Paquete 1, aventura por Tupatan.....	128
Tabla 9 Costo paquete 1, aventura por Tupatan.	130
Tabla 10 Paquete 2, descubriendo el volcán Imbabura.....	131
Tabla 11 Costo paquete 2, “descubriendo el volcán Imbabura”.....	133
Tabla 12 Paquete 3, tour Los Lagos.....	135
Tabla 13 Costo paquete 3, Tour Los Lagos.	137
Tabla 14 Paquete 4, “Conviviendo las festividades andinas”.....	139
Tabla 15 Costo de paquete 4, “Conviviendo las Festividades Andinas”.....	141

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Plaza de los Ponchos	12
Figura 2 Instrumentos andinos comercializados en Otavalo	13
Figura 3 Calendario solar.....	14
Figura 4 Cascada de Peguche	15
Figura 5 Enfoques del diseño turístico	16
Figura 6 Patrimonio cultural.....	21
Figura 7 Tipos de métodos de investigación.	30
Figura 8 Técnicas de investigación.....	32
Figura 9 Instrumentos de investigación.....	34
Figura 10 Percepción de los precios que se cancelan en la Hostería Comunitaria Casa Tupatan	38
Figura 11 Percepción de la forma de pago de los servicios que se cancelan en la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.....	39
Figura 12 Percepción de número de noches a permanecer en la Hostería Comunitaria Casa Tupatan	40
Figura 13 Percepción de la estimación de los gastos por persona en la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.....	41
Figura 14 Lugar de procedencia del turista en la Hostería Comunitaria Casa Tupatan	42
Figura 15 Estructura del grupo familiar de un visitante de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan	43
Figura 16 Predilección de un mes de visita a la Hostería Comunitaria Casa Tupatan	44
Figura 17 Visita por primera ocasión a la Hostería Comunitaria Casa Tupatan	45
Figura 18 Calidad del servicio de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.....	46
Figura 19 Trato recibido en la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.	47
Figura 20 Existencia de descuentos en la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.....	48

Figura 21 Difusión de la existencia de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.	49
Figura 22 Medios de llegada a la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.	50
Figura 23 Adquisición de productos en la visita a la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.	51
Figura 24 Intención de volver a la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.....	52
Figura 25. Logotipo	77
Figura 26 Mapa del Ecuador.....	78
Figura 27 Mapa político de Ecuador.	78
Figura 28 Ubicación de la Prov. De Imbabura en el mapa de Ecuador.....	79
Figura 29 Mapa de la Prov. De Imbabura.....	80
Figura 30 Mapa del Cantón de Otavalo.....	80
Figura 31 <i>Cantón Otavalo.</i>	81
Figura 32 Ubicación de la comunidad “La Compañía” en el Cantón Otavalo.....	81
Figura 33 Servicio de hospedaje.....	84
Figura 34 Habitaciones de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.....	85
Figura 35 Salas de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.	85
Figura 36 Servicio de restaurante.	86
Figura 37 Vista del restaurante.	87
Figura 38 Restaurante.....	88
Figura 39 Servicio de restaurante.	88
Figura 40 Platos especiales.....	89
Figura 41 Servicio de guianza.	90
Figura 42 Ascenso al volcán Imbabura, sector Singaloma, a 800 metros de la hostería....	91
Figura 43 Eventos culturales de las festividades de la cosmovisión andina del Inti Raymi.	92
Figura 44 Eventos culturales de la cosmovisión andina.....	93

Figura 45 Servicio de transporte.....	94
Figura 46 Tuparina.	96
Figura 47 Medio impresos.	97
Figura 48 Tríptico.	98
Figura 49 Hoja volante.	99
Figura 50 Tarjeta de presentación.....	100
Figura 51 Banner Tupatan.	101
Figura 52 Calendario Tupatan.	102
Figura 53 Postal Tupatan.	103
Figura 54 Anuncio en prensa de Tupatan.	104
Figura 55. Boletín de prensa Tupatan.	105
Figura 56 Medio de radio	106
Figura 57 Spot de radio Tupatan.	107
Figura 58 Medio televisión.....	108
Figura 59 Spot TV Tupatan.	109
Figura 60 Internet web.....	110
Figura 61 Blog Tupatan.	111
Figura 62 Redes sociales Tupatan.	112
Figura 63 <i>Página web Tupatan</i>	115
Figura 64 Souvenirs.....	117
Figura 65 Souvenirs, llavero Tupatan.....	118
Figura 66 Camisetas Tupatan.	118
Figura 67 <i>Esferográficos Tupatan</i>	119
Figura 68. Gorras Tupatan.....	120
Figura 69 Elaboración de artesanías.	120

Figura 70 Neuromarketing visual	121
Figura 71 Contenido Neuromarketing visual.	122
Figura 72 Neuromarketing auditivo.....	123
Figura 73 Contenido Neuromarketing auditivo.....	124
Figura 74 Neuromarketing kinestésico.....	124
Figura 75 Contenido Neuromarketing kinestésico.	125
Figura 76 Paquetes turísticos de la Hostería Comunitaria “Casa Tupatan”.	126
Figura 77 Mapa de ruta del Paquete 1, aventura por Tupatan.	129
Figura 78 Ruta paquete 2, “descubriendo el volcán Imbabura”.	132
Figura 79 Ruta paquete 3, Tour Los Lagos.	136
Figura 80 Ruta paquete 4, conviviendo las festividades andinas.	140

1. RESUMEN

El interés del “Diseño de estrategias de promoción para el atractivo turístico Hostería Comunitaria Casa Tupatan en la Comunidad de la Compañía, de la ciudad de Otavalo” se orienta a la relación existente entre el turismo y los recursos naturales propios de una comunidad, en este aspecto, el turista es capaz de experimentar el encanto natural del campo y sus habitantes. La propuesta desarrollada se originó en el estudio de campo sobre el establecimiento, lo cual, determinó el diagnóstico correspondiente. El análisis del establecimiento permitió la identificación de estrategias aplicables a la actividad económica de la Hostería Comunitaria, estas en función de responder a las expectativas del cliente interno y externo. La metodología aplicada dispuso de un enfoque mixto, lo cual, se complementó con una investigación analítica y deductiva, así mismo, se aplicó como técnica: la observación, entrevistas y encuestas. La intervención de una muestra no probabilística por conveniencia se agrupó una cantidad de 30 turistas. A nivel de resultados, se determinó información relevante sobre la situación actual de la Hostería y el servicio que se ofrece al turista, además, se estableció las expectativas de los turistas y de la comunidad. Bajo este lineamiento, se identificó un conjunto de estrategias que permitan el fortalecimiento del turismo comunitario. Se concluyó que la aplicación de las estrategias es positiva para una organización que busca un posicionamiento en el mercado del turismo.

Palabras clave: Turismo, estrategias de promoción, hostería comunitaria, atractivos turísticos

2. ABSTRACT

The interest of the "Design of promotion strategies for the tourist attraction Casa Tupatan Community Hostel in the Community of La Compania, of the city of Otavalo" is oriented to the relationship between tourism and the natural resources of a community, in this aspect, the tourist is able to experience the natural charm of the countryside and its inhabitants. The proposal developed originated in the field study of the establishment, which determined the corresponding diagnosis. The analysis of the establishment allowed the identification of strategies applicable to the economic activity of the Community Inn, in order to respond to the expectations of the internal and foreign customers. The methodology applied had a mixed approach, which was complemented by analytical and deductive research, as well as observation, interviews and surveys. The intervention of a non-probabilistic sample for convenience used a universe of 30 tourists. At the level of results, relevant information was determined about the current situation of the Inn and the service offered to tourists, in addition, the expectations of tourists and the community were established. Under this guideline, a set of strategies was identified to strengthen community tourism. It was concluded that the application of strategies is positive for an organization that seeks to position itself in the tourism market.

Keywords: Tourism, promotion strategies, community inn, tourist attractions

3. INTRODUCCIÓN

Históricamente, es conocido la existencia del término quechua “Tupatan - Tuparina”, lo cual, se asocia como un “Lugar de Encuentro”, y que ha sido parte de las creencias dentro de la vida social de los grupos indígenas a través del paso de los años. En el caso particular del sector en estudio, su actividad original estuvo ligada al funcionamiento de un lechero sagrado, sin embargo, con la evolución de las actividades económicas, se ha visto necesario el rescate y fomento de una infraestructura en base a una visión destinada al encuentro entre el ser humano, la naturaleza y un enfoque místico como parte de las tradiciones de la comunidad. La construcción de la hostería comunitaria constituye un símbolo de la conexión que se tiene con este sitio sagrado, por lo mismo, no se ha afectado de manera negativa a las características del lugar. El sitio donde se encuentra la Hostería Comunitaria “Casa Tupatan” está a 45 minutos de la ciudad de Otavalo, en la Comunidad La Compañía, Sector Tupatan, está rodeado de un entorno natural rica en la diversidad de flora y fauna, caracterizado por ser parte de un sitio privilegiado y estratégico a la mitad de ascenso al volcán Imbabura, por lo tanto, dispone de una vista impresionante de la mayor parte de la provincia de Imbabura.

Se cuenta con habitaciones confortables, restaurante con gastronomía de la región, sala de eventos sociales para entidades públicas o privadas, caminatas a la cumbre del Imbabura, Santuario Consagrado del Inti Raymi. El establecimiento dispone de una capacidad de 20 Pax con todos los servicios básicos, adicionalmente, se oferta Trekking al volcán Imbabura, acceso a la elaboración de artesanías, presentación de grupos de danza, gastronomía, ceremonias y rituales tradicionales.

Los turistas que optan por visitar la Hostería Comunitaria “Casa Tupatan” constituyen los beneficiarios directos del servicio que se ofrece, puesto que son parte de una nueva experiencia y momentos inolvidables en medio del entorno de la naturaleza, esto en base a la convivencia cultural adquirida con la gente indígena, sus costumbres y tradiciones. La comunidad de la Compañía, es la beneficiaria de la creación de la hostería, ya que es una oportunidad de desarrollo socio-económico en el sector, en torno a que fomenta plazas de empleo, la generación de la interculturalidad, la revaloración y preservación de la identidad

cultural de la comunidad, la creación de una conciencia sustentable y sostenible con el medio ambiente, la conservación de los recursos naturales, entre otros.

En la actualidad, se conoce de la existencia de 30 familias que participan directamente del desarrollo de la actividad turística de la Hostería Comunitaria, en este ámbito, se identifica a guías nativos, grupos de danza, mujeres encargadas de la elaboración y presentación de la gastronomía local, típica y tradicional. De manera complementaria, el desarrollo de esta actividad beneficia indirectamente sectores como: el transporte, las operadoras turísticas, los pequeños locales comerciales, establecimiento de internet, entre otros.

A nivel del objetivo general, se establece el siguiente contenido: Diseñar estrategias de promoción de la “Hostería Comunitaria Casa TUPATAN”, con el propósito de impulsar el atractivo turístico a los visitantes de la comunidad de la Compañía, de la ciudad de Otavalo.

En el caso de los objetivos específicos, se determinan los siguientes: Analizar el estado actual de las estrategias de promoción que dispone la “Hostería Comunitaria Casa Tupatan”. Definir el perfil del turista actual que visita las inmediaciones de la “Hostería Comunitaria Casa Tupatan”. Determinar un portafolio de servicios y productos turísticos que despierten el interés de los visitantes de la “Hostería Comunitaria Casa Tupatan”. Analizar la oferta, demanda y mercado en función de la determinación de estrategias de promoción para la actividad económica de la “Hostería Comunitaria Casa Tupatan”.

Las preguntas establecidas como parte de la investigación son: ¿Cuál es el estado de las estrategias desarrolladas sobre las promociones que ofrece la “Hostería Comunitaria Casa Tupatan”? ¿Cómo es la caracterización del perfil de turista que visita las inmediaciones de la “Hostería Comunitaria Casa Tupatan”? ¿Cuál es el contenido del portafolio de servicios y productos turísticos que despierten el interés de los visitantes de la “Hostería Comunitaria Casa Tupatan”? ¿Cuál es el desempeño de la oferta, demanda y mercado asociadas a las estrategias de promoción de la “Hostería Comunitaria Casa Tupatan”?

Es necesario tener en cuenta que el presente trabajo de investigación denominado “Diseño de estrategias de promoción para el atractivo turístico Hostería Comunitaria Casa Tupatan en la Comunidad de la Compañía, de la ciudad de Otavalo” se enfoca en la relación existente entre el turismo y los recursos naturales de la comunidad. La propuesta se efectuó mediante un estudio de campo en la hostería, lo cual, sustentó el diagnóstico. El análisis de los datos

obtenidos permitió la identificación de estrategias que respondan a la actividad de la Hostería y las necesidades de los clientes. Por ende, la metodología aplicada fue mixta, y apoyada en la investigación analítica y deductiva, y desarrollada con técnicas de observación y con herramientas de entrevistas y encuestas. La muestra aplicada no probabilística por conveniencia agrupó a 30 turistas. Los resultados soportaron información sobre la situación de la Hostería, además, de establecer las expectativas de turistas y de la propia comunidad. Es así que, se identificaron estrategias que fortalezcan el turismo comunitario.

Al final, se concluyó que las estrategias son un soporte en la gestión de una organización que pretende un posicionamiento en el mercado. Lo anteriormente mencionado fue desarrollado en base a capítulos secuenciales.

4. ESTADO DEL ARTE

La presente investigación sobre el “Diseño de estrategias de promoción para el atractivo turístico Hostería Comunitaria Casa Tupatan en la Comunidad de la Compañía, de la ciudad de Otavalo” determina la existencia de investigaciones relacionadas con la promoción de atractivos turísticos, con lo cual, se tiene:

4.1 Investigaciones Internacionales

Un aspecto relevante a tener en cuenta, es la perspectiva socio cultural dentro de una comunidad. En el criterio de Soler (2020) determinó la participación de actores sociales que soporten el progreso de una comunidad con el adecuado uso del patrimonio cultural. En este sentido, se determinó que la acción patrimonial constituye un proceso que integra a los actores sociales, a la comunidad, a los grupos y gestores culturales, a las autoridades locales, entre otros. En consecuencia, se estableció la interacción de los actores, y su influencia en la preservación y promoción del patrimonio cultural como factores que inciden en el desarrollo sostenible de un sector de interés.

Para Suescun (2020) es posible el desarrollo de un inventario turístico que facilite la identificación de los potenciales de la naturaleza, y de la cultura de los pueblos que son parte del Municipio de Macaravita. En este sentido, se pretende una contribución a la comunidad en pro del aprovechamiento de los bienes de la naturaleza, y que son atractivos para el turismo sostenible. Es así que, se orientó un trabajo en beneficio de los campesinos a partir del ejercicio turístico, este particular buscó ser una alternativa de mitigación sobre los problemas sociales como es el caso de oportunidades laborales y educativas para la población.

El trabajo de Rodríguez (2019) en Colombia, determinó que el turismo sostenible se fortaleció a partir de la paz de 2016, por lo cual, incluso se crearon Programas de Desarrollo destinados a un Enfoque Territorial. En este sentido, la visión de las comunidades fue parte de los denominados Pactos Comunitarios de la Región con la debida estructuración de Planes que buscan la revitalización de la economía. Se identificaron aspectos económicos, socioculturales y ambientales de incidencia positiva en las labores de la población rural. A

manera de hallazgo relevante constó la relación directa y proporcional entre el desarrollo empresarial ligado al turismo y las expectativas presentadas en los municipios de Colombia.

En el criterio de Mora (2019) es notorio el crecimiento turístico en las recientes décadas a través de la geografía del planeta, sin embargo, este punto ha sido un motivador de problemas de índole ambiental. Por lo indicado, se ha generado la reacción de grupos sociales que están en contra de este tipo de actividad económica, sin embargo, es visible que con la existencia de controles adecuados es factible un factor de progreso para las comunidades que disponen de recursos naturales. El turismo internacional ha crecido de manera exponencial, pero sin disponer de los necesarios controles, por lo tanto, es indispensable una posición crítica en pro de una atención de que facilite el desarrollo de las comunidades en subdesarrollo.

El trabajo desarrollado por Cuervo (2019) permitió conocer la relevancia de la identificación de los elementos que son parte del denominado “turismo comunitario”, los cuales, se convierten en variables de afectación sobre el buen vivir y la consecuente defensa del territorio de las comunidades que no disfrutaban de un apoyo gubernamental. En este sentido, las comunidades son contrarias a las labores propias de la economía extractiva de los gobiernos y que atentan contra las fuentes hídricas y la calidad de vida de la población que vive en las selvas.

4.2 Investigaciones Nacionales

Es conocido que la viabilidad del turismo de aventura es parte del turismo del Cantón Gonzanamá. En el caso de Jiménez (2022) se basó en el estudio de elementos que estructuraban el sistema de Molina previo a potencializar los atractivos del mencionado cantón Gonzanamá. Se desarrolló estrategias de fomento del turismo de aventura en base a resultados nativos del turismo del Cantón, y considerando el aspecto económico, ambiental, cultural y social. Se aplicaron encuestas a los turistas además de entrevistas a la comunidad e incluso al Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) del sector. La investigación fue descriptiva y permitió la medición, y evaluación de las variables cualitativas y cuantitativas, adicionalmente, la investigación fue no experimental. Por lo tanto, el análisis turístico a nivel de cantones y parroquias, era un proceso que implicaba un sistema integrado de elementos

como era el caso de la oferta, la comunidad receptora, la infraestructura y la consecuente demanda inherentes a las labores de Gonzanamá.

En la comunidad de Cachiviro, provincia de Imbabura, ha sido relevante la evaluación de la gestión turística que se desarrollaba en su entorno, es así que, el trabajo de Moreno y Amaguaña (2020) diagnosticó un atractivo turístico del sector, e identificó los recursos disponibles, el equipamiento y las actividades. Se determinó la percepción de los turistas con el servicio que oferta la comunidad, se implementaron 270 encuestas, con lo cual, se conoció que el 51 % eran turistas de género femenino; eran mayoría los visitantes de 29 a 39 años, con instrucción superior, de nacionalidad ecuatoriana y con movilización propia, la actividad de mayor acogida era el paseo en lancha. Una cifra superior al 53 % se encontraba conforme con la alimentación, el 58 % de turistas estimaban como necesario un servicio de guía; el parqueadero registró un 38 % de aceptación, y el 36 % de encuestados estaban de acuerdo en la venta de artesanías. Se identificó la necesidad de planes de mejora con una visión de un proyecto arquitectónico que se vincule a los requisitos del GAD parroquial. Por lo tanto, se desarrolló un plan de gestión de turismo comunitario con investigación del mercado, perfil del cliente y de la competencia, protección de bienes del atractivo turístico de Cachiviro.

La comunidad de San Miguel Bajo ha desarrollado el turismo como parte de la actividad económica propia de su sector desde inicios del nuevo siglo, y se ha visto un decrecimiento de los ingresos debido al deterioro de la infraestructura destinada al hospedaje de los turistas nacionales y extranjeros; en este sentido, Anguaya (2021) estudió el crecimiento del desempleo comunitario. A nivel de objetivo se planteó la identificación de estrategias que contribuyan al desarrollo de un turismo comunitario sostenible. Se dispuso de una investigación descriptiva y no experimental. Se aplicó una confiabilidad del 95% con una muestra de 61 familias mientras el Coeficiente Alfa de Cronbach se ubicó en el 0,896. En consecuencia, el hallazgo significativo fue una estrategia para el turismo comunitario sostenible que motivó la generación de empleo en la comunidad San Miguel Bajo e incluso se articuló con los objetivos parroquiales del sector.

La promoción y difusión requerida en el denominado Museo de las Culturas de la Ciudad de Cotacachi, ha motivado el desarrollo de estrategias de publicidad que permitan el incremento del posicionamiento del establecimiento en el mercado, y potencializar el número de visitantes nacionales y extranjeros. En este ámbito, Moreno (2018) revisó un plan de

promoción y difusión sobre la estructura de los fondos del museo que requerían las expectativas de los turistas; es así que, se determinaron estrategias de promoción para los visitantes.

El Proyecto Turístico Rural “Embellrece tu Comunidad” de la Comuna Quitugo, Cantón Cotacachi, dispuso de un desarrollo sostenible e integro sobre la comunidad, y el sector aledaño en base a la creación de la Asociación “Kambak”, lo cual, fortaleció el conocimiento de la comunidad del sector. En este sentido, Muñoz (2019) trabajó con la juventud y con el aporte de experiencia de la gente para la oferta de productos y servicios turísticos en el medio rural, embellecimiento del entorno, conservación del paisaje, revalorización de la cultura y artesanía, promoción de la igualdad, calidad, transparencia y responsabilidad del servicio. Se generaron conocimientos de la situación de la comunidad de trabajo. Se determinó una premisa para el planteamiento de la propuesta de turismo rural mediante la participación de la Asociación Kambak, la cual, se encargó del desarrollo de productos y servicios turísticos con la participación de familias interesadas en el turismo. Es así que, se ofertó alojamiento y convivencia rural hasta un turismo de aventura en busca de otorgar beneficios para la actividad turística del sector aledaño.

4.3 Investigaciones Locales

El turismo comunitario es nativo de pueblos pequeños en su infraestructura, y que buscan una alternativa económica por medio de su entorno natural. En este punto, Borja (2021) determinó que la Comunidad Huaycopungo, de la Parroquia San Rafael, provincia de Imbabura, disponía de la oportunidad de un Turismo Comunitario como un eje de desarrollo. Mediante el uso de estrategias era posible la consolidación de las actividades turísticas. En base a una metodología de fuentes primarias y secundarias, cuantitativas y cualitativas, se obtuvieron las perspectivas de la comunidad sustentadas en fortalezas y debilidades del turismo. Por lo tanto, los componentes teóricos, estratégicos y operativos aportan al desarrollo a medida del involucramiento de los actores y de las entidades privadas y públicas, que generan los servicios básicos a la comunidad de Huaycopungo.

Es indispensable el desarrollo de una plataforma web orientada a la promoción del Turismo Comunitario en Otavalo, esto en base a la creación de rutas turísticas. En este ámbito, el trabajo de Pichamba (2019) determinó al Purik como una plataforma web de uso para los usuarios que requieran de información de rutas turísticas que no son visitadas de manera frecuente en la ciudad de Otavalo. Es decir, el objetivo era la activación del desarrollo socioeconómico de las zonas turísticas de menor flujo de visitantes. Se buscó la posibilidad de una reserva de rutas e incluso registrar los pagos en la misma plataforma. Por lo indicado, el acceso a un itinerario permite al cliente conocer en detalle la información de lugares a visitar y de las actividades a desarrollar en el sector de Otavalo.

La identificación de técnicas artesanales tradicionales del pueblo de Otavalo destinadas a ser parte de un rescate y conservación son pilares en el desarrollo del turismo de la Comunidad de Agato, Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura, por lo que, el trabajo de Peñafiel y Males (2019) consideró a las artesanías como parte de la vestimenta tradicional de los indígenas kichwas de Otavalo. En este sentido, era factible una fuente de empleo para la comunidad e incluso, se contribuía a recuperar la memoria colectiva. Se aplicó una investigación documental y descriptiva, deductiva, analítica y cualitativa. Se aplicó una encuesta a los turistas y a la población con lo cual, se reconoció el perfil del turista. Adicionalmente, se realizaron entrevistas a las autoridades del sector. En función de aquellos indicados, el aporte de los artesanos, estableció una guía informativa asociada a las técnicas artesanales tradicionales en pro del desarrollo del conocimiento de la comunidad.

4.4 Marco Conceptual

A nivel del conocimiento teórico se identifica como relevante dentro del trabajo, los siguientes conceptos:

4.4.1 Turismo

El turismo es un fenómeno de naturaleza social, cultural y económica, que se orienta al traslado de personas a lugares que se encuentran fuera de su medio habitual, y en base a motivos de carácter personal, profesional o incluso de negocios. En el caso de Anguaya (Anguaya, 2021), es factible el desarrollo de actividades dentro de períodos de tiempos

estimados y, por ende, se determinan la presencia de recursos externos destinados al turismo. Por mí mismo, se determina al turismo como una fuente de trabajo sostenible para el sector.

Es importante notar que el turismo es un aspecto relevante dentro de la actividad económica de una nación. Por lo tanto, la Organización Mundial del Turismo(OMT, 2023) ha determinado este ámbito como el adecuado para la inversión sostenible y caracterizado por una resiliencia natural, que es parte de un monitoreo de ingreso y salida de turistas nacionales e internacionales. Por lo demás, el turismo se ha convertido en el principal ente que motiva la determinación de acciones anuales, que vinculan a la participación de las personas en proyectos que marcan la diferencia, y que facilitan la participación de las comunidades.

4.4.2 Turismo Comunitario

Este tipo de turismo nace como una alternativa económica de las diversas comunidades que son parte del entorno rural y campesino. En el enfoque de Caiza y Aguirre (2020) se cuenta con la participación del pueblo indígena, mestizo o afrodescendientes de un país. Por lo indicado, es factible la generación de ingresos adicionales a la actividad económica diaria de un determinado sector de interés en promover sus recursos culturales y naturales.

El turismo comunitario es parte del turismo sostenible que requiere la participación de las comunidades aledañas. En el criterio de la OMT (2023) involucra la existencia de la cultura y de las tradiciones locales, que permite la creación de ingresos a un sector que cuida de sus recursos naturales. La revalorización de los recursos que son parte de la ubicación geográfica de un sector preserva le identidad étnica y el propio patrimonio.

4.4.3 Turismo Comunitario en Imbabura

En el caso de la provincia de Imbabura, este sector es parte del denominado Geoparque Mundial de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura conocida abreviadamente como Unesco. Para Fueres (2018) determinó que, con el paso de los últimos años, las comunidades son participes de un turismo sostenible que ha permitido el dinamizar su economía. Es decir, el aprovechamiento de sus creencias y

costumbres como parte de los servicios de alojamiento, gastronomía y tours potencializan la actividad económica de las personas del sector.

4.4.4 Cultura

Es un término que relaciona al conocimiento inherente a una sociedad. A criterio de Gil (2021) determina que la cultura es un conjunto de conocimientos, creencias, valores, costumbres, y comportamientos que comparten un grupo de personas que son parte de una sociedad. Los mencionados elementos se aprenden y se transmiten de generación en generación. Es así que, se genera un sentido de identidad y pertenencia, influenciadas por variables como la religión, los rituales, las creencias, entre otros.

Figura 1

Plaza de los Ponchos



Nota: La figura determina las artesanías del sector. Adaptada de Creative Commons (2023), <https://www.bing.com/images/search?q=Artesanias+De+Otavalo&form=IARSLK&first=1>

Otavalo es conocida como una capital intercultural para el Ecuador por su diversidad cultural e histórica. El origen de la ciudad es en el siglo XVI y fue parte relevante dentro de la colonización española, de manera complementaria, Anguaya (2021) determinó como una fuente de actividades económicas relevantes como la industria de textiles que incluso es reconocida en Sudamérica través de la denominada “Plaza de los Ponchos”. El territorio imbabureño es un centro administrativo, económico, financiero y comercial que incide en el comercio, agricultura, ganadería y turismo. La cultura de Otavalo se caracteriza por la

famosa “Chicha Yamor”, nativa de la fermentación de 7 clases de maíz (amarillo, blanco, negro, chulpi, canguil, morocho y jora). La fermentación se basa en el secado, molido y posterior hervido de las variedades de maíz. De todas maneras, el maíz no es ingrediente único pues, existen plantas aromáticas que intervienen en el hervido.

Figura 2

Instrumentos Andinos Comercializados en Otavalo



Nota: La figura determina diversos productos que se venden a los turistas. Adaptada de Creative Commons (2023), <https://dialoguemos.ec/2018/07/ritos-tradiciones-y-la-chicha-de-otavalo/>

Parte de la cultura de Otavalo es la Fiesta del Yamor que considera una celebración en honor al “Yamor Aka” o conocida también como la “Chica Yamor”. La mencionada festividad para Castro (2020) se originó en la época prehispánica y se caracteriza por la gastronomía basada en tortillas de papa, empanadas y fritada. Esta celebración es la principal referencia del pueblo de Otavalo, nació en los 50 y buscaba ser un ritual para el reencuentro de amistades, familiares y luego se extendió a toda la sociedad.

4.4.5 Patrimonio Cultural

El patrimonio considera un agrupamiento de costumbres, vivencias, experiencias y creencias de un pueblo en el tiempo. Por lo que, en la visión del Ministerio de Cultura (2023) es relevante la identidad e independencia del patrimonio cultural de una comunidad. Es decir, la existencia de una herencia de bienes culturales transmitidos en el tiempo y que reflejan la

identidad y la diversidad de una sociedad, y es parte de los orígenes de las diversas culturas. Los bienes culturales son tangibles (monumentos) o intangibles (ritos).

Figura 3

Calendario Solar



Nota: La figura determina las instalaciones del calendario solar. Adaptada de Creative Commons (2023), <https://dialoguemos.ec/2018/07/ritos-tradiciones-y-la-chicha-de-otavalo/>

Es notoria la presencia de comunidades quichuas (descendientes de pueblos indígenas) en Otavalo donde pueblos como Peguche, Agato y Quinchuqui se caracterizan por la expresión de sus celebraciones culturales, y que no se han perdido con el paso de los años. Por lo que Gil (2021) determinó que los pueblos disponen de un lazo común sobre la festividad de “Pawkar Raymi” (fiesta de la agricultura y de la tierra) conocida por su influencia en la época de la colonización y posterior evangelización. De manera original se denominó como Carnaval y luego tomó el nombre de “Carnaval de Agato”, “Carnaval de Peguche”. El pueblo de Peguche ha retomado un sentido andino dentro de la celebración del “Pawkar Raymi” (celebración de la agricultura y recorrido de la tierra), lo cual, motivó las celebraciones de “Sisay Pacha” (fiesta del carnaval).

Figura 4

Cascada de Peguche



Nota: La figura determina la cascada de Peguche. Adaptada de Creative Commons (2023), <https://dialoguemos.ec/2018/07/ritos-tradiciones-y-la-chicha-de-otavalo/>

Las cascadas de agua del sector de Otavalo, disponen de una connotación ancestral para la población de los indígenas. En este ámbito Echeverría (2019) indicó que el propio nombre de Otavalo se vincula a una creencia mitológica en el idioma chaima (Caribe-Antillano) traducida como el “*lugar de los antepasados*” mientras que para los panzaleos (nativos de Tungurahua y Cotopaxi) es una “casa”. En el quichua, se traduce como una “cobija de todos. Los atractivos de Otavalo constituyen una motivación para la llegada de turistas que tiene curiosidad de los temas ancestrales.

4.4.6 Recurso Turístico

Es el conjunto de elementos naturales y objetos culturales que provocan el interés de los turistas. En este punto, Scavizzi (2018) determinó que los sitios aprovechan la oportunidad de un interés cultural. Es así que, la motivación de visitar segmentos geográficos de interés es parte del mercado nacional e internacional.

4.4.7 Atractivo Cultural

Es una modalidad asociada a la expresión del espacio que se vincula a un determinado destino. De manera complementaria, Carrera (2017) lo identificó como un elemento que funciona como un atractivo para los potenciales turistas de un sector. Por lo demás, las zonas geográficas son vinculadas a determinados atractivos externos que miran los visitantes.

Un aspecto relevante a tener presente en el turismo es el estado de conservación del denominado atractivo, de su entorno de ambiente y cultura, por lo que, el Ministerio de Turismo del Ecuador MINTUR (2020) relaciona el nivel de integridad desde el punto de vista de la intervención del hombre. Es decir, es importante evidenciar las acciones implementadas para la defensa y protección del medio que inciden positivamente sobre factores de deterioro del atractivo. Es importante el desarrollo de un inventario de atractivos turísticos, con la finalidad de conocer el ámbito territorial para el levantamiento de información de interés. Así mismo, se generan documentales soportados en aspectos de entrevistas, fotografías, videos que son el mecanismo idóneo para la difusión del atractivo.

4.4.8 Enfoques del Diseño Turístico

Figura 5

Enfoques del Diseño Turístico



Nota: Lineamientos para visitas turísticas. Adaptada de Lineamientos para Visitas Turísticas (2024), <https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/33401>

A. Desarrollista

Se orienta a la demanda y al desarrollo de productos y servicios, y consecuente promoción, es decir, se caracteriza por el impulso a la respuesta sobre una demanda turística. En este ámbito, Giraldo (2021) estudio el vínculo de las políticas gubernamentales del Ecuador con el denominado Plan de Turismo 2030. Por lo mismo, el posicionamiento del Ecuador como destino dentro de un modelo de desarrollo sostenible, y acorde con el ambiente es función del cuidado de los recursos y de su patrimonio cultural.

B. Económico

El ámbito del turismo es un factor potencial de productividad sobre la economía de una sociedad, en este sentido, Galarza y Ugalde (2019) determinaron al turismo como una actividad vinculada a la exportación. Es así que, las variables de oferta y demanda son puntos claves dentro del desarrollo de un determinado sector.

C. Físico

Agrupar el territorio que es parte de la actividad turística de un sector, y el consecuente uso de recursos. En este punto, Peñafiel y Males (2019) determinaron que la construcción de un centro turístico debe disponer de un enfoque sobre los medios de transporte necesarios para su normal desarrollo. Lo indicado tiene vínculo directo con la satisfacción de las necesidades de los visitantes al sector comunitario.

D. Comunitario

Este aspecto facilita el control sobre el desarrollo de la actividad económica y sin dejar de lado, las expectativas de la comunidad aledaña. Para Carrera (2017), se busca un punto de equilibrio en base a la sustentabilidad de los atractivos naturales que son visitados por los clientes. Se ratifica entonces la necesidad de una retroalimentación dinámica entre los participantes.

4.4.9 Promoción Turística.

Es considerada como una estrategia que es parte del turismo, y que se orienta al conocimiento del turista sobre los sitios que va a visitar en el corto y mediano plazo. En este ámbito,

Carrera (2017) determinó que la promoción turística busca facilitar a los clientes el conocimiento de atractivos y de la infraestructura de un determinado establecimiento. Por lo mismo, las denominadas estrategias son un atractivo complementario para las aspiraciones de los visitantes.

A nivel de información de índole secundaria, se establece el conocimiento de características climatológicas, amenazas naturales, políticas estatales, regulaciones de control y los medios de promoción sobre el atractivo. Por lo que, el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR, 2020) identifica a la mencionada información como el medio de sustento de consecuentes promociones que motivan el incremento de las visitas de la gente a una zona de interés. La mención de un atractivo en los diversos tipos de publicaciones de carácter nacional o internacional (página web, red social, prensa, tv) facilita la tarea de la promoción.

La gestión global del turismo en un aspecto que valoran las diferentes naciones del planeta, por lo que, la OMT (2023) determina los medios relevantes para la promoción de este tipo de actividad económica, y que impulsan la comercialización a todo nivel. El turismo se ha constituido en una fuente de ingresos para los países que buscan una alternativa a la explotación de sus recursos naturales.

4.4.10 Publicidad

Es considerada como una herramienta de naturaleza tradicional y de afectación positiva en una promoción, Por lo tanto, Fueres (2018) basó un lineamiento de educación a los turistas antes de su llegada al sitio. Es decir, se facilita una visión amplia sobre el destino a visitar.

4.4.11 Marketing Turístico

Es una herramienta relevante para la comunicación de una promoción turística debido a la facilidad de acceso de los interesados. En este sentido, Jibaja (2018) estableció diversas maneras de comunicación entre las cuales, constan videos, músicas y sonidos. El marketing al final es una expresión del avance de la tecnología que facilita la comunicación entre los diversos sectores.

El sector turístico ha experimentado cambios inmediatos con el paso del tiempo, en este sentido, la visión de Kloter *et al.* (2016) indicó que las prácticas aprendidas se renuevan cada 5 años, y es relevante el entendimiento del marketing para el análisis del entorno cercano y la toma de decisiones acertadas. El turismo no es ajeno a la tecnología digital que ha cambiado el comportamiento del mercado a nivel del consumidor, proveedores y competidores que se interrelacionan en canales alternativos e interactivos. A nivel de los estudios de marketing consta el papel del internet como una herramienta de información global y que facilita el acceso a datos significativos.

4.4.12 Valor del Patrimonio Inmaterial

Actualmente, es válida la preservación y protección del Patrimonio Cultural y la consecuente diversidad cultural. Para Anguaya (2021) la Organización de las Naciones Unidas para la Educación y la Cultura (UNESCO) es un organismo internacional que trabaja sobre la promoción y protección del patrimonio cultural por medio de la denominada, Convención para la Protección del Patrimonio Cultural y Natural de la Humanidad. Por lo demás, el patrimonio dispone de un valor intrínseco propio de la comunidad que se visita.

La creciente competencia en el mercado del turismo cambia de manera constante, y es creciente y persistente. Por lo tanto, el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (2023) determinó que los destinos que son mayormente visitados generan mayores ingresos, pero que, a la par sus instalaciones van desmejorando si no se aplica un plan sostenible. Adicionalmente, siendo un indicador económico se tiene a la mano un medio que mide en el tiempo los precios de los bienes o servicios.

Es importante notar que el patrimonio cultural determina elementos tangibles e intangibles, como es el caso de: monumentos, sitios arqueológicos, tradiciones ancestrales, expresiones de la cultura, ritos, entre otros. En este ámbito, Castro (2020) estableció una fuente de ingresos y empleo en respuesta al turismo ancestral. Es significativa la actuación de los entes gubernamentales en respuesta a las necesidades de una comunidad que dispone de un patrimonio cultural.

La efectiva gestión de los recursos es relevante para el fomento de la investigación e innovación en relación a estrategias de conservación y promoción del patrimonio cultural.

Es así que, el ente de Turismo de Cayambe (2020) ha identificado sectores como el Barrio “La Bola” de San Luis de Guachalá que impulsa la influencia de la cultura ancestral. El papel de las entidades públicas es relevante a medida de una colaboración dinámica con el sector vinculado al turismo.

El patrimonio cultural no se limita a monumentos, más bien, se direcciona a hechos históricos. Por ello, Crespial (2021) estableció que las expresiones y tradiciones del estilo de vida de los descendientes son aspectos de valor que se mantienen en el tiempo. Es así que, existe un nexo entre las costumbres sociales, el conocimiento del espacio, la naturaleza y la cultura tradicional.

El patrimonio cultural inmaterial es un elemento notorio para la conservación de la diversidad cultural a pesar de la globalización del mundo. Por este punto, Cañizares (2020) se enfocó en la comprensión del patrimonio de las comunidades como un medio de diálogo intercultural. Se determina que el respeto de los estilos de vida agrupa expresiones inmemoriales de una comunidad.

La importancia del patrimonio cultural se basa en un medio de preservación y transmisión de los conocimientos y habilidades que son parte de la historia de una comunidad. En este sentido, Galarza y Ugalde (2019) se enfocaron en el contexto social, histórico y cultural. La conservación motiva la continuidad de las tradiciones ancestrales.

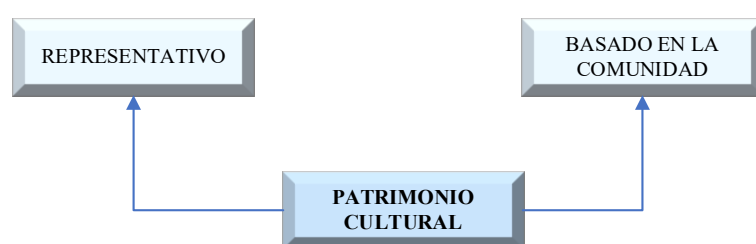
Es relevante un enfoque sobre el ámbito tradicional moderno, la integración, y la representatividad basada en la comunicación, con lo cual, la UNESCO (2017), estableció aspectos como los siguientes:

- **Tradicional, moderno y vivo**, el patrimonio cultural inmaterial incluye costumbres y prácticas modernas de los grupos culturales de la época contemporánea. Las expresiones artísticas, rituales, culinarias, deportivas, entre otros, forman la identidad y vida de una comunidad.
- **Integración**, el mencionado patrimonio es una expresión transmitida de generación en generación, y que se comparte con otros grupos culturales. Al margen que una comunidad evoluciona, su patrimonio cultural inmaterial sufre un efecto consecuente.

En el enfoque de la UNESCO (2017) se determinan conceptos adicionales sobre el patrimonio cultural, con lo cual, se tiene:

Figura 6

Patrimonio Cultural



Nota: La figura determina el enfoque del Patrimonio Cultural. Adaptada de UNESCO (2017), <https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>

- **Representativo**, se basa en la transmisión verbal de tradiciones, cultura y costumbres.
- **Basado en la comunidad**, es aceptado por la comunidad, grupo o individuo que lo crea, mantiene y transmite.

El patrimonio cultural se forma en los grupos sociales y personas con el fin de la conservación de los aspectos patrimoniales culturales que representan la identidad de las comunidades. Al margen que los patrimonios cambian en el tiempo, es primordial que la historia y cultura de un pueblo prevalezcan.

Es necesario que una comunidad evolucione en respuesta al desarrollo de su entorno, en este sentido, Caiza y Aguirre (2020) rescataron la cultura intrínseca de los grupos sociales como un medio de provecho de una determinada cultura mediante la presentación del patrimonio intangible del país. La mencionada cultura intrínseca involucra los instrumentos musicales que utilizan las comunidades en las fiestas como es el caso de la flauta y tambor, son parte del patrimonio cultural inmaterial. Las coplas y cantos entonados en una festividad es una expresión del patrimonio cultural inmaterial y de esta manera, se contribuye a la riqueza cultural de la comunidad.

En el caso de la cultura del Pueblo *Kayambi*, lo representativo es su vestuario y la presencia de instrumentos autóctonos en la celebración de las fiestas del sol, su adherencia cultural ha trascendido de generación en generación en agradecimiento a su dios sol. En este sentido, Carrera (2017) se orientó a la creación de un centro interpretativo con efecto directo en la cultura Kayambi. La identificación de un patrimonio cultural inmaterial en el cantón Cayambe es atractivo para los turistas.

4.4.13 Público Objetivo

El público es quien representa las expectativas a cumplir por parte de un centro de interpretación. En este punto, Ruiz (2021) enfocó en el Centro de Interpretación como un medio de sensibilización de las personas. La conservación de las costumbres ancestrales es uno de los mayores atractivos de los turistas.

4.4.14 Planificación

Constituye una herramienta de gestión que se encamina a sustentar el éxito de una actividad económica. De este particular, Galarza y Ugalde (2019) estudiaron los emprendimientos turísticos que buscan el ingreso o incluso el posicionamiento en el mercado. Es relevante la organización para el establecimiento de potenciales soluciones a los problemas comunitarios, cantonales, regionales, es decir, la planificación en el medio turístico responde a las necesidades de un sector de interés.

En el caso de los denominados Gobiernos Autónomos Descentralizados, GAD'S, estos disponen de una gestión de turismo que se vincula a los emprendimientos comunitarios como parte del Plan de Desarrollo y Organización Territorial, en este sentido, se determinó un trabajo conjunto entre el sector público y el privado. Los GAD'S son la vía de retroalimentación directa entre las entidades públicas y las comunidades (Insuasty y Alonso, 2020).

4.4.15 Plan

Constituye el resultado nativo de la planificación y la secuencia ordenada de acciones que pasan a ser parte de un documento formal de interés, por lo que, Anguaya (2021) determinó como un grupo de acciones relevantes con la participación de responsables. Un plan requiere de recursos para su aplicación y desarrollo.

Un aspecto a considerar es la necesidad de un diagnóstico del establecimiento en estudio, de este particular, Carrera (2017) estableció los potenciales problemas en la promoción turística, similar en el caso de la Hostería Comunitaria Casa TUPATAN. Un plan requiere de estrategias que sustenten su normal desarrollo en el corto, largo y mediano plazo.

4.4.16 Promoción

Es un término que se vincula con el plan de marketing, y se considera como una planificación sobre un producto o servicio, en este sentido, Borja y Borja (2021) analizaron actividades encaminadas a la comunicación, y que son de impacto sobre el turista. A nivel del marketing se considera como un proceso de cambio continuo en función de los desafíos, es decir, se utiliza estrategias de aplicación en productos y servicios que se ofertan al mercado. Es relevante, un documento que resume los estudios de mercado efectuados de una actividad económica.

4.4.17 Estudio de Mercado

Se debe considerar que un estudio de mercado es el medio que expresa la condición actual de una determinada organización, la cual, para Castro (2020) se requiere de información sobre la afluencia de turistas. La determinación de estrategias motiva el interés de la gente viajera a una determinada zona geográfica.

Un aspecto relevante en el desarrollo del mercado es la oferta turística, la cual, determina la potencial dificultad que ofrecen los sitios a las visitas de la gente. Por lo tanto, el MINTUR (2020) la considera como el grupo de factores (equipamientos, bienes y servicios) que motivan el desplazamiento de los turistas para la satisfacción de sus expectativas en el paso del tiempo. En el ámbito del estudio de mercado es válido tener presente la incidencia de:

- a) La oferta turística es comprendida por el patrimonio turístico, es decir, se convierte en la potencialización de los bienes de naturaleza material e inmaterial, que se encuentran a disposición del ser humano y que, por lo mismo, son sujetos de un medio de transformación en respuesta a la necesidad turística de los participantes. Por otra parte, el recurso turístico es representado por los bienes y servicios que a través del hombre encaminan el desarrollo de una actividad turística, y que satisface las necesidades del mercado.
- b) El perfil del cliente que se enfoca a la actividad turística, se vincula a un ámbito interno y externo al medio, por lo tanto, no se ubica una característica en especial y más bien, lo apropiado en la oferta de un servicio que cumple las diversas expectativas de las personas y que, en su mayor parte, se establecen como una explotación de los bienes naturales que son parte de una comunidad.
- c) La demanda está asociada a un creciente impulso de un turismo de naturaleza sostenible, y que dispone de estrategias necesarias para un desarrollo social. En este punto, es válida una propuesta teórica y metodológica aplicable a la realidad de una comunidad. En este sentido, el referente del turismo comunitario en el Ecuador ha identificado a comunidades, y a la necesidad de un estudio etnográfico. Adicionalmente, se debe tener presente a manera de pilares del turismo es la centralidad de las comunidades, la adaptación al mercado y un ámbito de fortalezas para las comunidades que se vinculan al turismo.

4.4.18 Diseño de Estrategias

Es una acción que determina el agrupamiento de actividades que el turista es capaz de desarrollar en un atractivo turístico, y su inherente espacio geográfico, además, Carrera (2017), se enfocó en servicios complementarios a utilizar en función de su capacidad económica. Se determina la existencia de prestadores de productos y servicios diversos; y que facilitan un valor agregado al turista de una determinada actividad; además, es necesario tener presente que el diseño estratégico debe ser preciso y disponer de un mensaje concreto, y que no genere expectativas falsas en el consumidor.

4.5 Marco Legal

4.5.1 Organización Mundial de Turismo

En el criterio de la Organización Mundial del Turismo (OMT) es relevante la inversión como actividad clave que impulse las diversas fuentes de financiamiento, lo cual, indica la importancia de la construcción de sectores sostenibles, y que se orienten a la promoción de visitas a sus lugares nativos. Bajo este enfoque y con el apoyo de la Estadística de la Organización de Naciones Unidas (ONU), la OMT (2023) ha motivado la iniciativa que se enfoca en la elaboración de un marco estadístico, que soporte una Medición de la Sostenibilidad del Turismo (MST). El objetivo es el desarrollo de un lineamiento internacional, que se enfoque en el papel del turismo asociado al ámbito económico, ambiental y social.

4.5.2 UNESCO

Se identifica la existencia de los patrimonios de naturaleza natural, cultural, subacuática, entre otros. En el caso de la UNESCO (2017) se considera como un organismo que a nivel mundial se ha orientado a la firma de convenios con las diversas naciones del mundo, y que disponen de sitios considerados como históricos, y de extremo cuidado para su conservación. La UNESCO busca el fortalecimiento del denominado turismo sostenible en todo el planeta.

4.5.3 Geoparque Imbabura

Es conocido que el Consejo Provincial de la Provincia de Imbabura, a partir de julio del 2015, tomo la determinación de apoyar el desarrollo del denominado Proyecto “Geoparque Imbabura” (2023), esto debido a sus ventajas para la promoción de la provincia y la multiplicación de oportunidades, que permitan una mejora de la calidad de vida de su población. De esta manera, se representan 6 cantones y 36 parroquias rurales en busca de contribuir al posicionamiento del sector a nivel nacional e internacional. La provincia de Imbabura se identifica como un patrimonio geológico que dispone de las características necesarias para la promoción de un desarrollo sustentable en base a la educación, geoturismo y conservación del medio.

4.5.4 Reglamento de Actividad Turística

El mencionado Reglamento es encargado de la regulación de las diversas operaciones turísticas de aventura que se desarrollan en el Ecuador, y cuyo ente de control es el Ministerio de Turismo (2022). Se regulan las acciones que son parte de las agencias de viajes, así como las actividades que son desarrollados por los Gobiernos Autónomos Descentralizados, GAD'S.

4.5.5 Normativa de Turismo Comunitario - MINTUR

Por medio del Acuerdo Ministerial Nro. 2022-023, de 3 de octubre de 2022, que se publicó en el Registro Oficial No. 169, de 14 de octubre de 2022, se puso en aplicación el Reglamento de Centros de Turismo Comunitario (CTC); el mencionado documento promueve el desarrollo de la actividad turística con un ámbito sostenible en las comunidades del Ecuador, a la vez que se simplifica el procedimiento que permitía el Registro de Turismo, y de manera complementaria, norma las actividades a desarrollarse en los espacios naturales con el fin que sea un elemento relevante en el desarrollo del turismo. Por lo demás, se establece que los Centros de Turismo Comunitario son capaces de facilitar los servicios de alojamiento, alimentos, bebidas y operación turística comunitaria. Por otra parte, las modalidades de aventura deben regirse al Reglamento de Operación Turística de Aventura.

Un aspecto a considerar es que los Centros de Turismo Comunitario disponen de una categoría única, y sus gestiones se realizaran por medio del sistema SITURIN, de forma automatizada, y en función de la normativa vigente. Finalmente, si los CTC son parte de Áreas Protegidas estos deben responder a los planes de manejo correspondientes, y con los permisos que requiere la Autoridad Nacional Ambiental (MINTUR, 2022).

Por otra parte, se tiene en cuenta que los Centros de Turismo Comunitario, se encuentran habilitados para el servicio de alojamiento, consumo de alimentos y bebidas, así mismo, aparece la operación turística de las comunidades. La última actividad incluye la modalidad de aventura mientras que el servicio de guianza debe contar con la participación de guías acreditados por la autoridad competente.

Los Centros de Turismo Comunitario tendrán categoría única, y podrán hacer sus trámites de registro, reingreso, actualización e inactivación a través del sistema SITURIN, de manera

ágil y automatizada, conforme a la normativa vigente. Además, en el caso de los CTC que se ubiquen en Áreas Protegidas, deberán sujetarse a los planes de manejo respectivos y obtener los permisos o autorizaciones que requiera la Autoridad Nacional Ambiental.

A nivel de Derechos y Obligaciones es importante notar que el desarrollo de la actividad turística se vincula a la comunidad, y, por ende, se procede a su correspondiente Registro dentro de la competencia del Ministerio de Turismo, este particular es necesario previo al inicio de la actividad económica. De manera complementaria, el territorio comunitario determina entes turísticos de naturaleza privada o incluso familiar, los mismos deben respetar las normas comunitarias necesarias para la gestión de los atractivos turísticos.

Por otra parte, el MINTUR al amparo del Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), sobre pueblos indígenas y tribales, de la cual, es parte el Ecuador, es de vital importancia la regulación de los centros turísticos comunitarios, y el consecuente cuidado del potencial abuso por parte de los representantes de los centros turísticos comunitarios; en este sentido, es viable una denuncia o incluso veeduría ciudadana por parte de los interesados.

En el caso de los guías nativos, existe una licencia facilitada por el MINTUR, para la conducción de turistas en las áreas naturales, que son parte del territorio de la propia comunidad, pueblo o incluso nacionalidad que disponen de una interacción con los centros turísticos comunitarios.

4.5.6 Reglamento de Aventura

El mencionado Reglamento, se ocupa de la determinación de los principios y de criterios que deben cumplir todas las personas que desarrollen una operación turística de aventura en el Ecuador; así mismo, el (MINTUR, 2022) especifica la regulación necesaria en el servicio de aventura, que es parte del turismo en el territorio ecuatoriano. A nivel de un campo de aplicación, **Art. 2**, es conocido de la existencia de disposiciones en el Reglamento, y requieren de una aplicación a nivel nacional por parte del Ministerio de Turismo y los GAD'S. Bajo lo indicado, es relevante la participación de:

- Guías y facilitadores de turismo
- Agencia de servicio turístico (operador turístico)
- Agencias de servicio turístico (agencia de viaje dual)
- Alojamientos turísticos
- Establecimientos que efectúan modalidades turísticas de aventura.
- Centros de Turismo Comunitario.

A nivel de Derechos de los Prestadores de este tipo de Servicio, **Art. 6**, se tiene, determinar políticas de cobro.

- Cancelar unilateralmente el contrato
- Disponer de una confirmación del servicio contratado
- Requerir de información valedera
- Acceso a programas y beneficios e incentivos nativos del MINTUR

En lo relacionado al **Art. 9**, es relevante la existencia de la Licencia de Funcionamiento, con la finalidad del cumplimiento de los requisitos ligados a la regularización de este tipo de actividad económica.

En el caso de la clasificación de las modalidades de turismo, **Art. 16**, es necesario tener en cuenta que en función del elemento natural (tierra, agua, y aire) es factible una potencial clasificación, lo cual, incide en sus diferentes tipos de regulación.

4.5.7 Plan Nacional de Desarrollo 2021-2025

El Consejo Nacional de Planificación (2021) mediante Resolución No. 002-2021-CNP, en su Art. 1, aprueba el Plan Nacional de Desarrollo para el período 2021-2025, el cual, consta de 16 objetivos a ser gestionados por las diversas entidades del Gobierno Nacional del Ecuador. Los mencionados objetivos se distribuyen en el ámbito económico, social, seguridad integral, transición ecológica y eje institucional. Dentro del objetivo 2, se determinó el “Impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio

exterior, turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional”, el cual, está vinculado con el tema de la presente investigación. De manera complementaria es válido citar el objetivo 8. “Generar nuevas oportunidades y bienestar para las zonas rurales, con énfasis en pueblos y nacionalidades”.

5. MATERIALES Y MÉTODOS

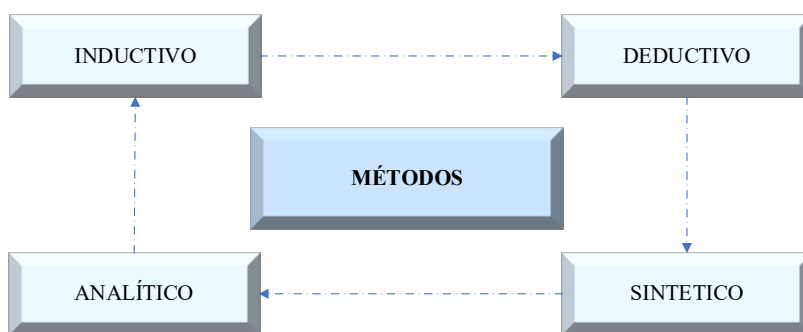
La investigación básica dispone de un enfoque mixto, lo cual, ha sido complementada con un desarrollo analítico y deductivo. A nivel del alcance se tiene un nivel exploratorio, y descriptivo sobre las particularidades de la gestión que actualmente desarrolla el establecimiento. En el caso de los métodos, se aplicó un lineamiento inductivo-deductivo, analítico y sintético. Para la muestra, se determinó de una naturaleza no probabilística por conveniencia, y que incluyó una cantidad de 30 turistas. Por lo indicado, ha sido posible el uso de la observación como técnica, y debidamente complementada por entrevistas y encuestas a los responsables de los procesos, y a personal que labora en actividades inherentes al tema de la investigación.

5.1 Métodos

Entre los métodos que se determinan como necesarios para ser parte dentro de la presente investigación, en el criterio de Gómez (2018) se identificaron los siguientes:

Figura 7

Tipos de Métodos de Investigación



Nota: La figura determina los métodos de la investigación. Adaptada de Gómez (2018).

5.1.1 Inductivo

Constituye un razonamiento que va de lo específico a lo general, por lo tanto, Lifeder (2022) dispuso de observaciones de naturaleza específica. El medio inductivo se encamina a la obtención de una generalización amplia.

5.1.2 Deductivo

Se lo considera como el opuesto del inductivo, es decir, para CIMEC (2022) es un razonamiento que arranca de lo general a lo particular. El enfoque deductivo cuenta con observaciones generales que son aplicadas a la obtención de asuntos particulares.

5.1.3 Analítico

También es conocido como un método de naturaleza empírica, y para Lifeder (2022) es un estudio que se basa en una experimentación directa sobre el sujeto de interés. Este tipo de estudio es frecuentemente aplicado en las ciencias que se caracterizan por la interacción de individuos.

5.1.4 Sintético

Es un proceso de razonamiento que se orienta a la reconstrucción de un todo, por lo que, CIMEC (2022) estableció un ámbito de trabajo en función de los elementos que son parte del análisis. En consecuencia, se desarrolla un resumen de los resultados de lo investigado.

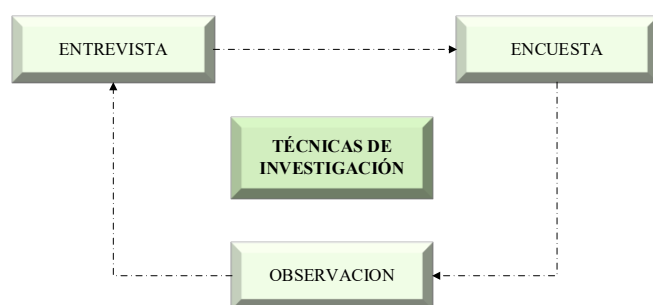
5.2 Técnicas

A nivel de técnica se aplicó la encuesta, y la entrevista a los sectores relevantes que son parte de la gestión del establecimiento. Este particular permitió conocer la percepción de los clientes sobre el servicio recibido en la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, es decir, se facilitó el desarrollo de una matriz FODA, esto para Gómez (2018) en función de agrupar los aspectos positivos y negativos que son de interés en el margen interno, y externo del

establecimiento. Un punto a tener en cuenta ha sido una revisión documental de los medios de comunicación que actualmente dispone el establecimiento. Dentro de las técnicas de investigación es importante disponer de las siguientes consideraciones:

Figura 8

Técnicas de Investigación



Nota: La figura determina las técnicas de la investigación. Adaptada de Gómez (2018).

5.3 Tipo de Investigación

La presente investigación necesitó de un nivel descriptivo en base al desarrollo de fenómenos suscitados en espacios temporales, y que son parte del servicio brindado a los turistas que visitan la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, en este sentido, Gómez (2018) manejó la idea que el turismo es de naturaleza periódica, y de tipo no experimental, por lo demás, correspondió a un diseño transversal con un enfoque mixto.

Es importante la aplicación de un *nivel relacional*, soportado en el análisis estadístico, y que se enfocó sobre la relación entre las variables que afectaban los recursos del establecimiento. Por otra parte, el uso de un *nivel explicativo* necesitó de estudios históricos que planteaban una relación de causa.

Las variables relevantes, son parte del impacto generado en el desempeño de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, es decir, se requirió de información vinculada a la atención del cliente, y de la consecuente percepción que disponen los participantes en su interacción con el medio operativo y administrativo.

En base a la indicada retroalimentación, era posible el conocimiento de hallazgos que debidamente analizados eran capaces de motivar un lineamiento de control, y mejorar la

actividad económica del turismo. Por lo demás, Pagliaro (2020) estableció que una investigación es un proceso sistemático que se expresa como parte de un *enfoque cualitativo y cuantitativo*.

5.4 Procedimiento.

A nivel de los instrumentos se debe tener en cuenta:

Para la **fase I**, comprende el diseño de instrumentos (encuestas y entrevistas). En este sentido, las encuestas se aplicaron de manera presencial con los participantes, y de igual manera en el caso de las entrevistas. Las preguntas de la encuesta (15) dispusieron de una opción múltiple que permita conocer de mejor manera la percepción de los clientes. En el caso de la entrevista, se abordan inquietudes (15) relevantes en la gestión turística y que facilitan su razonamiento.

Sobre la **fase II**, asociada a la caracterización de los turistas visitantes al atractivo turístico Casa Tupatan, se aplicó un método inductivo en base al perfil de los visitantes que fundamente un enfoque global del visitante. En lo relacionado a la implementación de los instrumentos, las encuestas se aplicaron de manera presencial con los participantes, y de igual manera, con el lineamiento de la entrevista.

Para la **fase III**, relacionada con el análisis de datos, es básica la tabulación de los datos obtenidos por medio del uso del software del Excel, el cual, facilitó el desarrollo de tablas y gráficos que visualizaban una tendencia numérica que posteriormente, se interpretaba.

En la **fase IV**, asociada a la elaboración de estrategias de promoción para el atractivo turístico, se aplicó un método sintético que permitió a las estrategias de marketing, ser parte de la promoción turística, lo cual, fue obtenido a partir del análisis FODA pues, las estrategias son la respuesta a la gestión actual que efectúa el establecimiento.

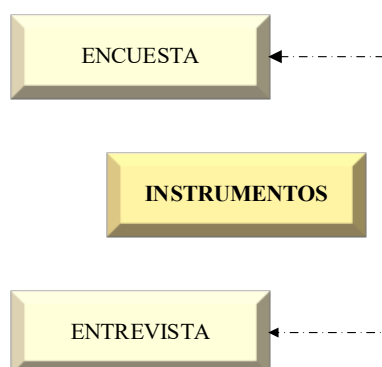
5.5 Instrumentos

El instrumento que mayormente se utilizó, fue la aplicación de una encuesta a los turistas que visitan el establecimiento; adicionalmente, se utilizó una guía de entrevista. De este

modo, Gómez (2018) logró una síntesis de los intereses que presenta el cliente. La apropiada información levanta datos estadísticos relevantes que deben ser tomados en cuenta para un potencial análisis de datos, y la consecuente toma de decisiones. A nivel de instrumentos se determinó de utilidad a los siguientes:

Figura 9

Instrumentos de Investigación



Nota: La figura determina los instrumentos de la investigación. Adaptada de Gómez (2018).

5.6 Objeto de Investigación

Con la finalidad de disponer de información relevante de la gestión que al momento efectúa el establecimiento Hostería Comunitaria Casa Tupatan, para Gómez (2018) es significativa la ubicación de los conceptos asociados a la población, y a la muestra correspondiente al alcance de la investigación.

5.6.1 Población

En el presente caso, en respuesta al flujo de visitantes que visita la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, se considera como relevante la aplicación de la herramienta de investigación al universo que visita las instalaciones. En el criterio de Gómez (2018) y dentro del campo de la estadística, la población es el total de los elementos que son sujeto de estudio. En este sentido, se considera importante disponer como fuente primaria de investigación, a la responsable administrativa del establecimiento, y como complemento, las respuestas

obtenidas por parte de los turistas nacionales, y extranjeros, que han visitado el establecimiento.

5.6.2 Cálculo de la muestra

En este caso, la muestra constituye una parte representativa de la población en estudio, y que es la encargada de suministrar información de interés dentro del alcance del estudio en desarrollo (Gómez, 2018).

En el presente trabajo de investigación, se dispone de información asociada a la actividad económica generada por los visitantes a la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, durante el final del 1er semestre e inicio del 2do semestre del 2022, tiempo en el cual, posterior a la reciente crisis sanitaria del Covid 19, tuvo un declive importante, y permitió un paulatino resurgimiento del turismo en la localidad. Es relevante indicar que no ha existido un sustento debidamente respaldado a nivel de estadística del flujo de turistas en el establecimiento. Sin embargo, con la recopilación de información que ha sido posible en la entrevista efectuada con la Sra. Rosa Males Cando, Administradora de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, se conoció que, entre los meses de junio, julio y agosto del 2022, existió un movimiento de 20 a 30 turistas mensuales, cifra que se presenta como un promedio de los meses de mayor movimiento, lo cual, será la base para el desarrollo de un muestreo probabilístico.

5.6.3 Matriz de Relación Diagnóstica

Tabla 1

Matriz de Relación Diagnóstica

Objetivo	Unidad de Análisis	Metodología	Técnica	Instrumento
Analizar el estado actual de las estrategias de promoción que dispone la “Hostería Comunitaria Casa Tupatan”.	Diagnóstico de campo	Fase 1: Diseño de la guía que facilite el estudio y consecuente diagnóstico de la “Hostería Comunitaria Casa Tupatan.	Observación	Encuesta
Definir el perfil del turista actual que visita las inmediaciones de la “Hostería Comunitaria Casa Tupatan”.	Perfil del turista de la Hostería	Fase 2: Determinación del perfil del turista en función del servicio que ofrece la “Hostería Comunitaria Casa Tupatan. La encuesta aplica un cuestionario físico mientras la entrevista determina la toma de notas.	Encuesta	Encuesta

<p>Determinar un portafolio de servicios y productos turísticos que despierten el interés de los visitantes de la “Hostería Comunitaria Casa Tupatan”.</p>	<p>Actividad económica del establecimiento</p>	<p>Fase 3: Identificación de las actividades que son parte del servicio de la “Hostería Comunitaria Casa Tupatan.</p>	<p>Análisis FODA</p>	<p>Matriz FODA</p>
<p>Analizar la oferta, demanda y mercado en función de la determinación de estrategias de promoción para la actividad económica de la “Hostería Comunitaria Casa Tupatan”.</p>	<p>Mercado de interés de la organización</p>	<p>Fase 4: Determinación de los intereses del cliente interno y externo del establecimiento.</p>	<p>Análisis FODA</p>	<p>Matriz FODA</p>

Nota. Fuente: Propia del Autor.

6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

6.1 Resultados

En este punto, se presentan los resultados nativos de los instrumentos de investigación aplicados para el levantamiento de la información, y el conocimiento del estado de la Hostería Comunitaria.

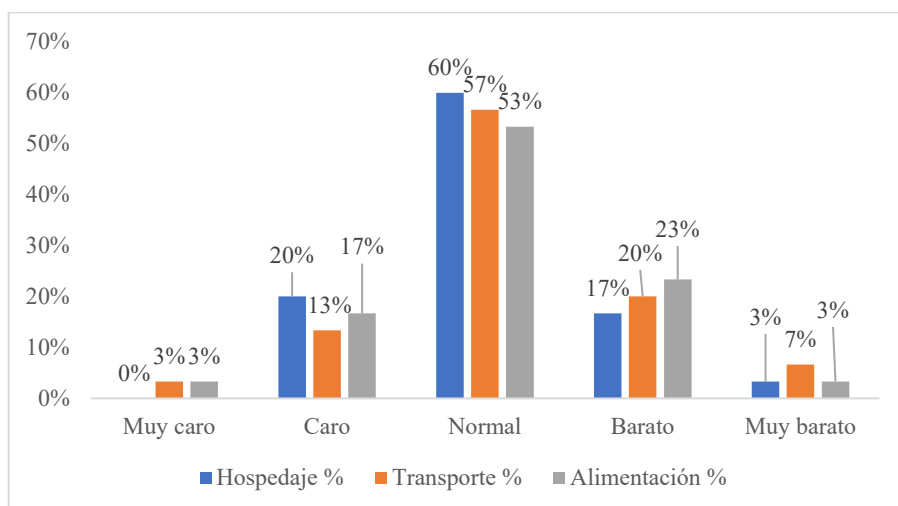
6.1.1 Resultados de la Encuesta Aplicada a los Visitantes de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan

A continuación, se presenta el desarrollo de la encuesta aplicada a los visitantes de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan:

1. ¿Los precios que Ud. Paga por los servicios de Hostería Comunitaria Casa Tupatan los considera?

Figura 10

Percepción de los Precios que se Cancelan en la Hostería Comunitaria Casa Tupatan



Nota: La figura determina la percepción de precios a partir de la encuesta. Fuente propia del Autor.

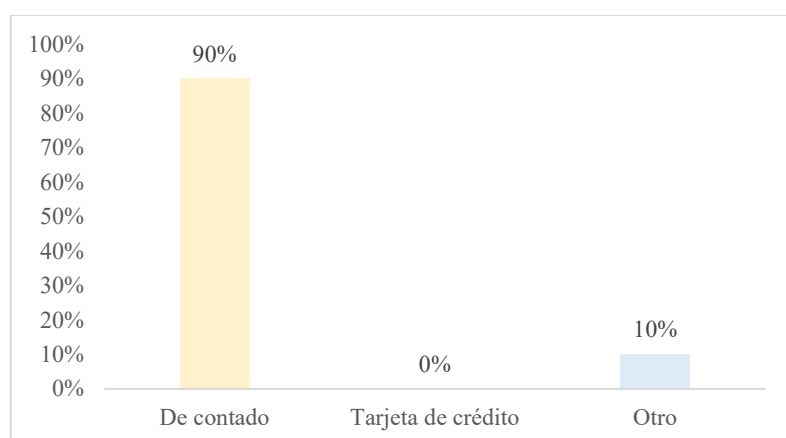
Análisis

De las 30 personas encuestadas, es posible notar que los precios cancelados por los servicios en la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, se consideran como de carácter “normal”, y se ubican en el 60 % de aceptación en el hospedaje, seguido del 57 % en el medio del transporte y el 53 % en lo relacionado a la alimentación. No obstante, existe también una percepción de “barato”, seguido del “caro” y “muy barato”. Finalmente, existe un criterio de “muy caro” en lo que es transporte y alimentación con el 3 % respectivamente.

2. ¿De qué forma Ud. Canceló los servicios ofrecidos en Hostería Comunitaria Casa Tupatan?

Figura 11

Percepción de la Forma de Pago de los Servicios que se Cancelan en la Hostería Comunitaria Casa Tupatan



Nota: La figura determina la percepción de los pagos partir de la encuesta. Fuente propia del Autor.

Análisis

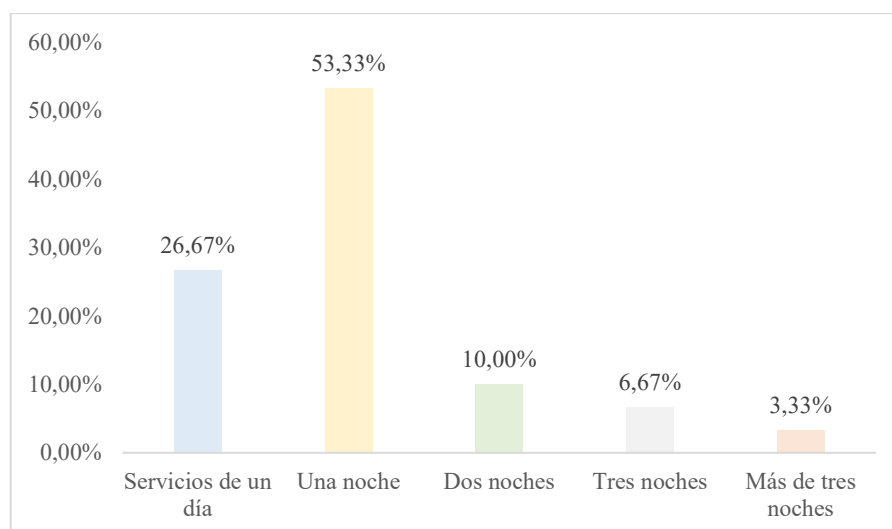
A partir de las respuestas obtenidas de los 30 encuestados, se conoce que el 90 % de los turistas han utilizado el pago “de contado” como parte del servicio que han contratado; sin embargo, existe un 10 % restante que han utilizado otro tipo de pago en la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Por lo mismo, se visualiza una oportunidad de mejora en función de brindar alternativas de pagos que requieren los clientes.

3. ¿Cuántas noches permanecerá usted en la Comunidad?

Figura 12

Percepción de Número de Noches a Permanecer en la Hostería Comunitaria Casa

Tupatan



Nota: La figura determina la percepción de las noches en la hostería a partir de datos de la encuesta. Fuente propia del Autor.

Análisis

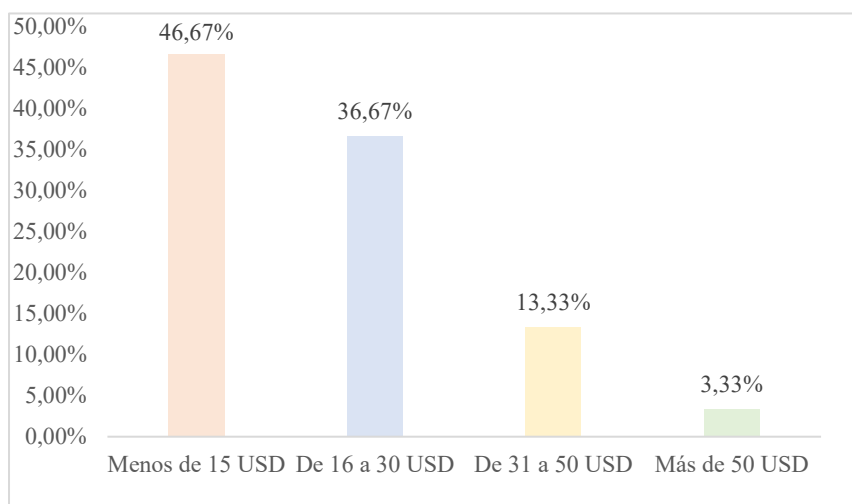
Las respuestas obtenidas establecen que el 53,33 % de turistas se inclinan por la utilización de una sola noche, mientras tanto, el 26,67% optan por los servicios de un día, seguido de, el 10 % ocuparía dos noches las instalaciones, el 6,67 % opta por las tres noches, y finalmente, el 3,33 % estima quedarse más de tres noches. El particular del número de estadías en la Hostería, sustenta un medio que impulse la visita de atractivos turísticos que colindan con la comunidad, el cantón y la provincia.

4. ¿Cuánto Ud. Estima gastar diariamente por persona?

Figura 13

Percepción de la Estimación de los Gastos por Persona en la Hostería Comunitaria Casa

Tupatan



Nota: La figura determina la percepción de gastos a partir de la encuesta. Fuente propia del Autor.

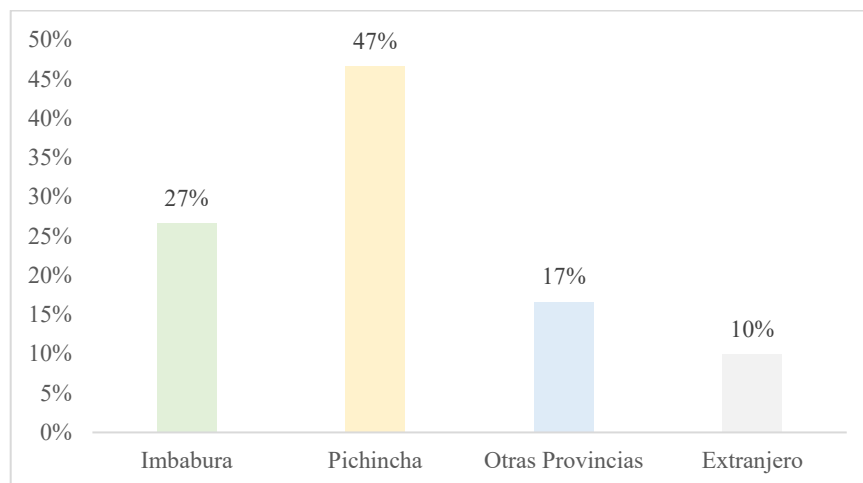
Análisis

Los resultados de la encuesta indican que el 46,67 % de turistas calculan el uso de menos de 15 USD en su visita a la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, mientras tanto, el 36,67 % estima un gasto de 16 a los 30 USD, por otro lado, el 13,33 % están dispuestos a invertir de 31 a 50 USD, y finalmente, el 3,33 % se inclinan por consumir más de 50 USD. Bajo este antecedente, es factible el desarrollo de paquetes turísticos que sean una combinación de factores en cuanto a los productos, y servicios que despierten el interés de una mayor inversión por parte del visitante.

5. ¿Cuál es su lugar de procedencia?

Figura 14

Lugar de Procedencia del Turista en la Hostería Comunitaria Casa Tupatan



Nota: La figura determina la procedencia de los turistas a partir de la encuesta. Fuente propia del Autor.

Análisis

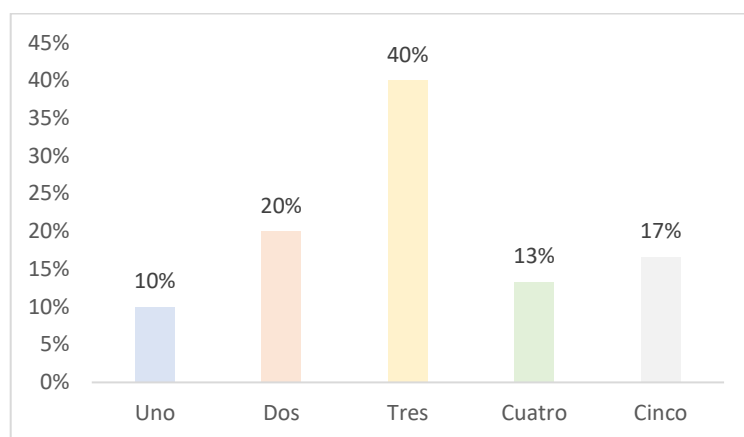
La Figura 14, establece que el 47 % de los turistas que llegan a la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, es nativa de la provincia de Pichincha, por otro lado, el 27 % corresponde a la provincia de Imbabura; adicionalmente, existe un 17 % de personas de otras provincias del Ecuador, y finalmente, el 10 % son clientes extranjeros.

Un factor que incide en el desempeño del establecimiento, es el servicio que se brinda en la Hostería Comunitaria Tupatan, este particular motiva la visita de turistas nacionales, y extranjeros especialmente en las fechas que corresponden a los Equinoccios y Solsticios, las, cuales, se complementan con el Pawkaraymi, Llullumuraymi, Inti Raymi y Tarpuyraymi, que se caracterizan por resaltar las costumbres, y fiestas tradicionales de los kichwas Otavalos, es decir, a partir de aquello se visualiza la posibilidad del buen desarrollo de diseños de estrategias de promoción.

6. ¿Incluido Ud. Cuantas personas conforman su grupo familiar?

Figura 15

Estructura del Grupo Familiar de un Visitante de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan



Nota: La figura determina la estructura del grupo familiar a partir de la encuesta. Fuente propia del Autor.

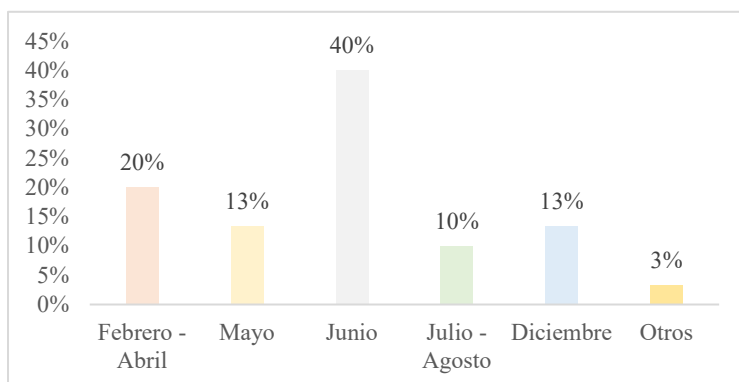
Análisis

De las 30 personas encuestadas, se conoce que el 40 % está conformada por 3 personas que visitan el establecimiento, el 20 % identifica a 2 personas, el 17 % corresponde a un grupo de 5 turistas, el 13 % es un conjunto de 4 personas, y finalmente, el 10 % se asocia a un solo visitante a la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. La percepción ubicada por los turistas en esta consulta, motiva la idea de la aplicación de promociones, destinadas a un grupo familiar o de amigos, que accedan a potenciales actividades de interés en días festivos como es el caso de los Raymis de Otavalos.

7. ¿Cuál es el mes del año que Ud. Prefiere para visitar la Hostería Comunitaria Casa Tupatan?

Figura 16

Predilección de un Mes de Visita a la Hostería Comunitaria Casa Tupatan



Nota: La figura determina la predilección de visitas mensuales partir de la encuesta. Fuente propia del Autor.

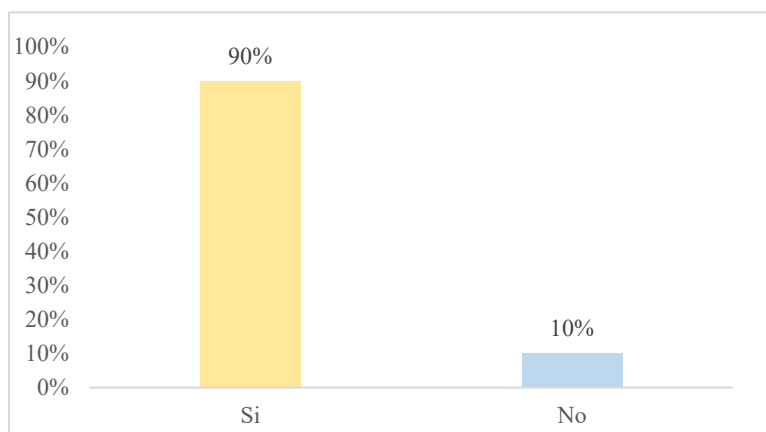
Análisis

La mayor parte de las 30 personas encuestadas establece al mes de junio, en un 40 %, como el mes de mayor atractivo para su visita a la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, por otro lado, el 20 % se inclina por el período de febrero a abril como el propicio para visitar las instalaciones, posteriormente, el 13 % estima que el mes de mayo, y diciembre es apropiado para su llegada, y finalmente, julio y agosto tienen una aceptación del 10 %. Por lo indicado, es importante el desarrollo de paquetes turísticos especiales, que contengan la presentación de Yachaks, Shamanes, Baños Rituales, ofrendas a la Pachamama, entre otras actividades, que se vinculan a la riqueza natural y cultural del sector.

8. ¿Ud. Visita la Hostería Comunitaria Casa Tupatan por primera vez?

Figura 17

Visita por Primera Ocasión a la Hostería Comunitaria Casa Tupatan



Nota: La figura determina las visitas en la Hostería a partir de la encuesta. Fuente propia del Autor.

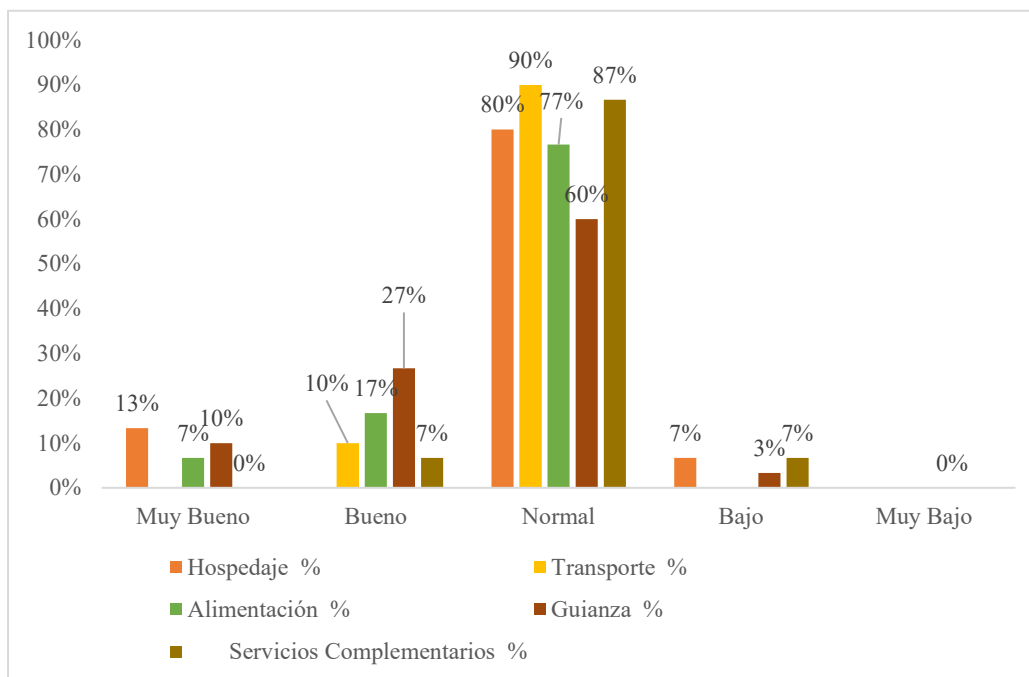
Análisis

De los 30 encuestados, el 90 % de los visitantes indican que es la primera visita a las instalaciones de la Hostería Casa Comunitaria Tupatan, mientras tanto, el restante 10 %, se califican como visitantes que anteriormente ya han conocido el establecimiento. En este ámbito, es factible el aprovechamiento del regreso de los turistas mediante la entrega de material publicitario con imágenes de impacto visual asociado al emprendimiento.

9. ¿Cómo le parece a usted la calidad de los servicios?

Figura 18

Calidad del Servicio de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan



Nota: La figura determina la calidad del servicio a partir de la encuesta. Fuente propia del Autor.

Análisis

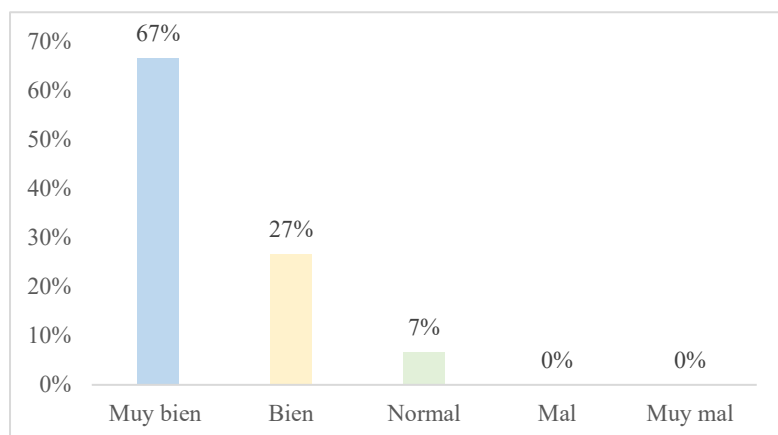
A nivel de la calidad que se brinda en la Hostería Comunitaria, se establece que el mayor porcentaje estima como “normal” del servicio que se recibe; y que se ubica en el 80 % para el Hospedaje, 90 % para el Transporte, 77 % en la alimentación, 60 % con la guianza, y el 87 % en los servicios complementarios. Por otra parte, se estima como “bueno” el servicio con porcentajes del transporte con el 10 %, 17 % en la alimentación 27 % para la guianza y 7 % en servicios complementarios. A continuación, se encuentra la calificación de “muy bueno” en el porcentaje de 13 % en el hospedaje, 7 % alimentación y 10 % en la guianza.

Como se puede observar en la figura 18, a pesar de ser un emprendimiento nuevo, la calidad servicio que ofrecen en Tupatan en su mayoría es considerado normal, lo cual es aceptable, ya que los comuneros están haciendo bien su trabajo, y lo que impulsa en un futuro alcanzar la excelencia en el servicio de calidad a sus visitantes.

10. ¿Las personas con las que Ud., tuvo contacto en la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, le trataron?

Figura 19

Trato Recibido en la Hostería Comunitaria Casa Tupatan



Nota: La figura determina el trato recibido a partir de la encuesta. Fuente propia del Autor.

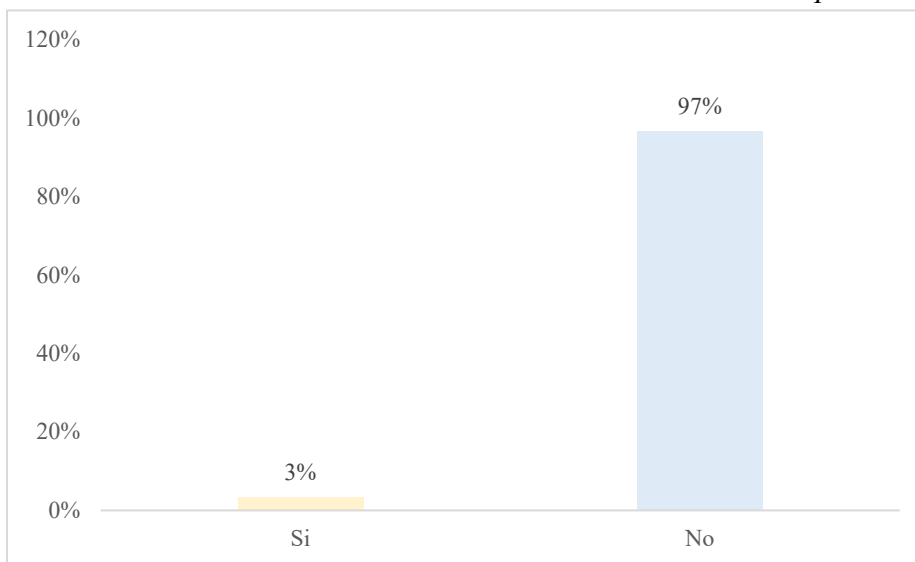
Análisis

De los 30 encuestados, el 67 % estiman que el trato recibido es “muy bien”, el 27 % corresponde a una calificación de “bien”, mientras que el “normal” se asocia con el 7 %. Por lo indicado, es factible indicar que la convivencia, y los servicios ofrecidos se basan en la cultura de la hospitalidad, de la cual, los comuneros se han capacitado mediante charlas.

11. ¿Ud. Recibió Algún Descuento en su Visita a la Hostería Comunitaria Casa Tupatan?

Figura 20

Existencia de Descuentos en la Hostería Comunitaria Casa Tupatan



Nota: La figura determina los descuentos a partir de la encuesta. Fuente propia del Autor.

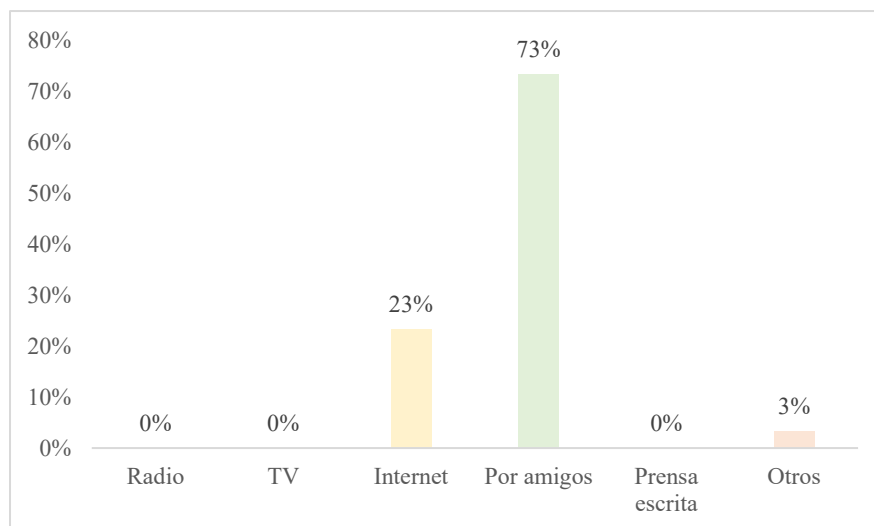
Análisis

De las 30 personas encuestadas, se determina que el 97 %, no ha recibido descuento alguno, mientras, el 3 %, si tuvo acceso a un descuento en la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. En este ámbito, se debe tener presente que los precios son asequibles a la economía de los visitantes, sin embargo, las visitas de grupos grandes de personas tienen acceso a descuentos especiales.

12. ¿Cómo se enteró usted de la existencia de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan?

Figura 21

Difusión de la Existencia de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan



Nota: La figura determina los medios de difusión de la Hostería a partir de la encuesta. Fuente propia del Autor.

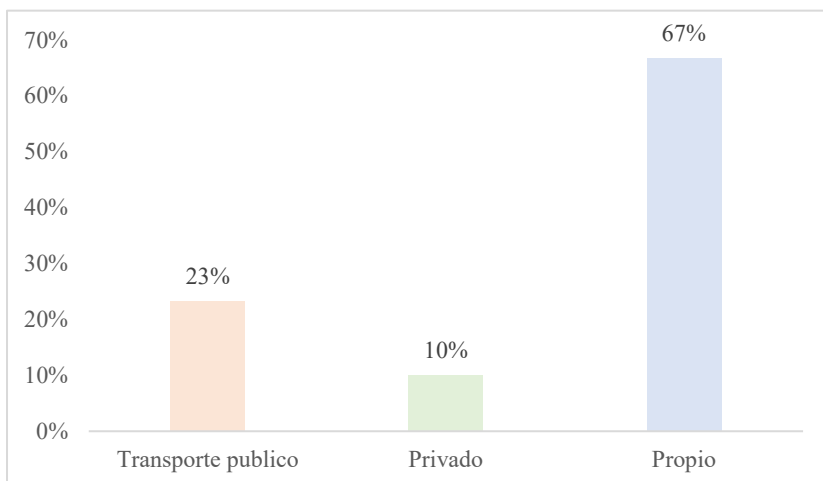
Análisis

De las 30 personas encuestadas, es factible indicar que el 73 %, ubica a los amigos como la mejor fuente de información acerca de la existencia de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, por otra parte, el 23 %, ha utilizado el internet como medio de contacto del establecimiento. Estos datos son primordiales para el diseño de estrategias de promoción que identifiquen medios de promoción apropiados para la actividad económica del establecimiento.

13. ¿Cómo llego usted a la Hostería Comunitaria Casa Tupatan?

Figura 22

Medios de Llegada a la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.



Nota: La figura determina los medios de llegada a la Hostería a partir de la encuesta. Fuente propia del Autor.

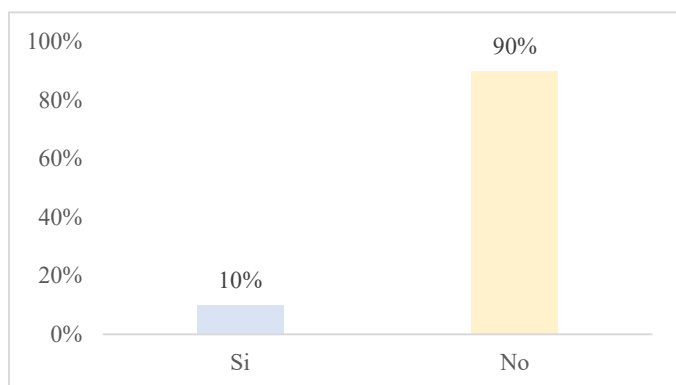
Análisis:

La mayor parte de los 30 encuestados, han llegado a la Hostería Comunitaria Casa Tupatan por movilización propia, sin embargo, el 23 % utilizó transporte público, y finalmente, el 10 %, utilizó una movilización privada. Lo indicado, se orienta a la generación de actividades vinculadas a la inclusión de un medio de transporte que facilite la llegada de turistas.

14. ¿Ud. Adquirió algún producto propio de la comunidad? ¿Cuál?

Figura 23

Adquisición de Productos en la Visita a la Hostería Comunitaria Casa Tupatan



Nota: La figura determina el porcentaje de adquisiciones de productos a partir de la encuesta. Fuente propia del Autor.

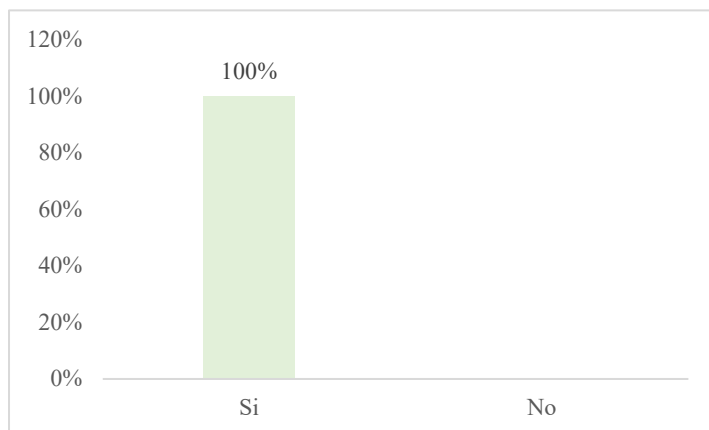
Análisis

En lo relacionado a la adquisición de productos, se conoció que el 90 %, de las personas no ha adquirido ningún producto en su visita a la comunidad, de manera complementaria, el 10 %, ha efectuado compras en el sitio. En este ámbito, el diseño de estrategias de promoción debe incluir el costo de artesanías como parte de los paquetes turísticos.

15. ¿Ud. Piensa volver a visitar la Hostería Comunitaria Casa Tupatan?

Figura 24

Intención de Volver a la Hostería Comunitaria Casa Tupatan



Nota: La figura determina la intención de volver a visitar la Hostería a partir de la encuesta. Fuente propia del Autor.

Análisis

El 100 % de los visitantes ha expresado su intención de volver a visitar la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, lo cual, es la respuesta a la experiencia vivida en sus instalaciones, y se convierte incluso en una publicidad inmejorable del establecimiento. Este particular debe aprovecharse de la mejor manera para ubicar al emprendimiento como un atractivo turístico natural, y único.

6.1.1.1. Análisis General de las Encuestas

Se estableció de manera general, una aceptación del servicio que ofrece la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, el mencionado particular, se basa en la experiencia que han vivido los turistas dentro de las instalaciones. En este sentido, existe una información positiva a ser difundida en el mercado por parte de la misma clientela.

En el aspecto del transporte se determinó la existencia de diversas maneras que utilizaron los asistentes para llegar a las instalaciones de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, sin embargo, es un aspecto a trabajar internamente con la finalidad de una mayor movilización

de los turistas. De manera complementaria, es relevante la mejora de las vías que se dispone, y que requieren de la participación de los entes seccionales.

La calidad del servicio que brinda la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, ha sido un aspecto que ha respondido a las expectativas de los clientes. De todas maneras, un tema pendiente a ser gestionado es la presencia de promociones que despierten el interés de la gente a nivel nacional e internacional.

En el caso de los precios, no se ha detectado inconveniente alguno entre los turistas que han visitado la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, de igual manera, en la forma de pago que se ha utilizado.

6.1.2 Resultados de las Entrevistas

A continuación, se indica los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas a los principales actores del sector turístico de la localidad y del establecimiento.

6.1.2.1 Datos de los Entrevistados

Tabla 2

Datos de los Entrevistados

Código	Fecha de la entrevista	Nombres y apellidos	Profesión u Ocupación
E1	24/05/2023	Rosa Males Cando	Administradora la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.
E2	24/05/2023	Boris López	Funcionario del Geoparque de Imbabura.

E3	24/05/2023	Luis Felipe Orquera	Especialista de Desarrollo del MINTUR.
E4	24/05/2023	Patricio Tixicuro	Analista de Regulación y Bienestar Turístico del GAD de Otavalo.
E5	25/05/2023	Edwin Iza	Jefe de Operaciones de All Tour Ecuador-Otavalo.
E6	25/05/2023	Alexander Burkhardt	Agente de Viajes de Turatous-Otavalo.

Nota. Fuente: Propia del Autor.

6.1.2.2 Guía de Entrevista

1. ¿Cuántos visitantes recibe el atractivo turístico Hostería Comunitaria Casa Tupatan?
2. ¿Lugar de procedencia de los mayores visitantes?
3. ¿Productos y servicios que oferta Hostería Comunitaria Casa Tupatan?
4. ¿Características de cada producto y servicio que oferta Hostería Comunitaria Casa Tupatan?
5. ¿Capacidad de PAX (Turistas) que puede recibir en los servicios y productos que oferta Hostería Comunitaria Casa Tupatan?
6. ¿Cuál es el precio de cada uno de los servicios y productos que oferta Hostería Comunitaria Casa Tupatan?
7. ¿Cuál es el mecanismo para la determinación de precios de los servicios y productos que oferta?
8. ¿Qué formas de pago aceptan a los clientes?

9. ¿Existe algún tipo de descuento o promociones especiales?
10. ¿Cuál es la estructura organizacional de Hostería Comunitaria Casa Tupatan?
11. ¿En qué medida existe participación comunitaria en el emprendimiento?
12. ¿Tienen algún nicho de mercado específico?
13. ¿Cuál es la forma de promocionar Hostería Comunitaria Casa Tupatan?
14. ¿Cuál es el presupuesto anual de promoción?
15. ¿Mantiene alianzas estratégicas y/ o apoyos institucionales?

6.1.2.3 Transcripción de las Entrevistas

Sra. Rosa Males Cando, (E1), Administradora la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.

La entrevista efectuada a la Sra. Rosa Males Cando, determina la percepción que tiene la administradora sobre determinados puntos que son parte de la gestión del establecimiento, y que se traducen por medio de 15 cuestionamientos, entre los cuales, se tiene:

Objetivo: Conocer el estado de la gestión efectuada por el atractivo turístico Tuparina Lodge dentro de su actividad económica en el período 2022-2023.

a) ¿Cuántos visitantes recibe el atractivo turístico Hostería Comunitaria Casa Tupatan?

En el caso de los meses de mayor concurrencia se identifica a junio y agosto, con la visita de grupos que contienen entre 5, 10, 15 y 20 personas. Adicionalmente, en la época de verano se reciben reservaciones. Por otro lado, existe un flujo de personas que visitan exclusivamente al Restaurante. El establecimiento no cuenta con un registro formal de los visitantes a sus instalaciones.

En el caso de las problemáticas que enfrenta el establecimiento, se tiene como aspecto relevante el estado del camino, el cual, presenta inconvenientes para su acceso especialmente

en el invierno. Por este motivo, en temporada de lluvias no se reciben visitas, ya que el camino que lleva al atractivo se daña por completo, y el costo de reparación es muy elevado.

b) ¿Cuál es lugar de procedencia de los mayores visitantes?

De manera general, la mayor cantidad de personas que visitan las instalaciones de Hostería Comunitaria Casa Tupatan se originan de la pprovincia de Pichincha. Las visitas de turistas extranjeros son ocasionales, sin embargo, antes que se genere la pandemia de Covid 19 fue más visible la presencia del turismo extranjero.

c) ¿Cuáles son los productos y servicios que oferta la Hostería Comunitaria Casa Tupatan?

Los productos y servicios básicamente que ofrece la Hostería Comunitaria Casa Tupatan son:

- Hospedaje
- Restaurante
- Guianza/ senderismo
- Camping
- Eventos culturales
- Recepciones eventos sociales

d) ¿Cuáles son las características de cada producto, y servicio que oferta la Hostería Comunitaria Casa Tupatan?

Las características del servicio que ofrece la Hostería Comunitaria Casa Tupatan se resume en lo siguiente:

- **Hospedaje:** Habitación matrimonial, y familiar con los servicios básicos (agua caliente).

- **Restaurante:** Comida nacional, local, y tradicional entre lo que se tiene el caldo de gallina, mediano indígena (papas cocinadas, cuy y pollo), borrego asado, fritada, choclo, habas con queso, chicha).
- **Guianza:** El ascenso por el volcán Imbabura hasta el sector de Singaloma, sitio natural en forma de nariz; y al corazón del Imbabura, sitio natural en forma del corazón del volcán. En ocasiones se realizan visitas a la cima del volcán con la participación de grupos elites de entrenamiento en montañismo.
- **Camping:** Alrededor de Tuparina.
- **Eventos culturales:** Generalmente se presenta el 23 de junio, fecha de la Ceremonia del Inti Raymi, así como en las festividades de la Cosmovisión Andina en los meses de marzo y abril.
- **Recepciones eventos sociales:** Matrimonios suscitados en el ambiente natural con la presencia de unas 600 personas.

e) ¿Cuál es la capacidad de PAX (turistas) que se puede recibir en los servicios, y productos que oferta la Hostería Comunitaria Casa Tupatan?

La capacidad del establecimiento se enfoca en dos puntos:

- Hospedaje: 20 PAX/ Grupos grandes en las casas de los comuneros.
- Restaurante: Hasta 100 PAX.

f) ¿Cuál es el precio de cada uno de los servicios, y productos que oferta la Hostería Comunitaria Casa Tupatan?

Los precios de los servicios considerados son:

- Hospedaje incluido alimentación (Desayuno continental): \$ 35 USD
- Restaurante: \$ 5 USD general con platos locales.
- El mediano indígena incluido jarra de chicha dispone de un costo de \$ 12 USD.

- Guianza: \$ 10 USD

g) ¿Cuál es el mecanismo para la determinación de precios de los servicios, y productos que se oferta?

Básicamente se suman los costos, y el valor del mercado.

h) ¿Qué formas de pago aceptan a los clientes?

Exclusivamente efectivo.

i) ¿Existe algún tipo de descuento o promociones especiales?

Los descuentos que se aplican son:

- Parejas: \$ 50 USD
- Niños: 50 % del costo original.

j) ¿Cuál es la estructura organizacional de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan?

Se dispone básicamente de un gerente, chef, y el personal de servicios y limpieza.

k) ¿En qué medida existe participación comunitaria en el emprendimiento?

La intervención a nivel comunitario se ubica en:

- 3 familias de la comunidad en Tuparina Logde.
- Guías de la comunidad.
- Casas de la comunidad y preparación de alimentación.
- Trabajo de mujeres de la comunidad.

l) ¿Existe un nicho de mercado específico?

Se considera exclusivamente el mercado familiar.

m) ¿Cuál es la forma de promocionar la actividad de Tuparina Lodge?

Se trabaja básicamente con la intervención de:

- Página web: Antes de la pandemia.
- Ferias: Antes de la pandemia.
- Redes sociales: Facebook, Booking.
- Publicidad: Mediante la entrega de hojas volantes en especial en la temporada de verano en la ciudad de Quito.
- Radio: Runa Estéreo de manera constante.

n) ¿Cuál es el presupuesto anual de promoción?

La publicidad que se utiliza anualmente asciende a los \$ 1200 USD, y se efectúa por una radio local. Antes de ocurrir la pandemia se recuerda que existían más visitantes, por ende, existían mayores ingresos que eran invertidos en publicidad. Sin embargo, se debe tener en cuenta que el mayor gasto es ocupado en el arreglo del camino a Tuparina, el cual, se ubica entre los \$ 800 USD a \$ 1000 USD, no obstante, la presencia de la lluvia ocasiona un daño inmediato en la vía de acceso.

o) ¿Mantiene alianzas estratégicas y/ o apoyos institucionales?

La Hostería Comunitaria Casa Tupatan no dispone de apoyo alguno mediante la intervención de entes gubernamentales y más bien, es evidente el abandono total de las autoridades. Más bien, trabaja en conjunto con hoteles que se ubican en el sector de Cotacachi, como es el caso de Land Of The Sun Hotel & Spa, antiguó mesón de las flores. De todas maneras, con el ánimo de motivar el interés de las autoridades del sector, para el 23 de junio, fecha de

celebración del Inti Raymi, se está planificando invitar a las nuevas autoridades posesionadas con la finalidad de solicitar apoyo a las nuevas autoridades.

Sr. Boris López (E2), funcionario del Geoparque de Imbabura.

En base al contenido de la entrevista efectuada al Sr. Boris López, se determinan los puntos relevantes de lo expuesto por el mencionado funcionario:

- El Geoparque trabaja a nivel institucional e interinstitucional, en este sentido, se consideran los emprendimientos, y su intervención se efectúa mediante las denominadas Geo Rutas.
- Se destinan recursos para el fortalecimiento de los emprendimientos que son parte de los GADS Parroquiales, Cantonales, Provinciales. Adicionalmente, desde la Prefectura se manejan presupuestos participativos que incluyen a los proyectos.
- El Comité de Gestión del Geoparque Imbabura motiva la implementación de capacitaciones, que permitan el fortalecimiento de las ferias, y eventos que son parte de los emprendimientos.
- La marca Geoparque Imbabura se encuentra en proceso de establecer un lineamiento de los requisitos que deben cumplir los emprendimientos.
- Se dispone del Plan Estratégico del Geoparque Imbabura, el cual, ha determinado para fines del 2024 la existencia de 12 geo sitios, 1 geo ruta por parroquia, paneles informativos, y de orientación, y el desarrollo de un mapa del geoparque.
- El Ministerio de Turismo como parte del Comité de Gestión facilita el suministro de información estadística. Además, se trabaja una Hoja de Ruta que permita el levantamiento de información con la colaboración de las Universidades.
- El director del Geoparque sumado al Comité de Gestión, son los encargados de la toma de decisiones.
- En base al respeto de las normativas de control se debe trabajar desde las bases hasta las autoridades locales para el desarrollo de estrategias.

- El Geo Parque dispone de la presencia de los GADS Cantonales, y Parroquiales para el fortalecimiento de sus esfuerzos.
- Los actores locales son relevantes en la gestión del Geo Parque Imbabura, en pro de responder a las expectativas de los turistas, y de la propia comunidad.

Entrevista aplicada al Sr. Luis Felipe Orquera, (E3), Especialista de Desarrollo del MINTUR.

- El MINTUR dispone de Planes de Negocios nativos de los emprendimientos.
- A nivel nacional existen promociones, y emprendimientos comunitarios.
- Se trabaja en la promoción, y fomento de los emprendimientos.
- Los emprendimientos requieren de una Certificación entregada por el MINTUR, escrituras del bien, anteproyecto aprobado, presupuestos.
- Existen promociones vinculadas a los sitios naturales.
- Existen datos estadísticos nativos de los feriados nacionales con la participación de establecimientos debidamente registrados. Sin embargo, no existe la participación de hoteles debido a la generación de impuestos.
- La revisión de los anteproyectos sustenta la generación de los emprendimientos.
- A nivel de campañas de promoción, se requiere de una publicidad real en base a los servicios, y productos de los emprendimientos.
- El MINTUR es el órgano rector de los emprendimientos turísticos. De manera complementaria, los GAD'S disponen de directrices para el desarrollo de este tipo de actividad.
- Existen planes de acción en base al conocimiento del territorio por parte de los GAD'S mientras que el MINTUR facilita la metodología.

Entrevista aplicada al Sr. Patricio Tixicuro, (E4), Analista de Regulación y Bienestar Turístico del GAD de Otavalo.

- El GAD de Otavalo dispone de un Plan de Desarrollo Turístico en el período 2020-2025.
- No existe un fondo presupuestario sobre los emprendimientos turísticos en Otavalo.
- El GAD de Otavalo genera capacitaciones para las asociaciones, en base a la participación de entidades como CONNOR, MINTUR y Otavalo Travel.
- Actualmente, no existen requisitos formales a cumplir por parte de los emprendimientos turísticos.
- Se trabaja con campañas turísticas articuladas por el Geo Parque.
- El GAD de Otavalo dispone de datos estadísticos asociados a los gastos promedios, estadías de turistas, motivos de visitas, entre otros.
- El GAD de Otavalo no dispone de datos de los emprendimientos turísticos del sector rural.
- A nivel de estrategias, se sugiere la articulación con los socios y los diferentes estamentos.
- Existe una base de 15 emprendimientos en el sector rural.
- No existe una ordenanza que regule los emprendimientos del turismo comunitario.

Entrevista aplicada al Sr. Edwin Iza, (E5), Jefe de Operaciones de All Tour Ecuador-Otavalo, Operadora de Turismo.

- No se conoce el emprendimiento turístico de la Hostería Comunitaria de Casa Tupatan.
- No existe un Plan de Promoción por parte de la Operadora de Turismo sobre los emprendimientos turísticos rurales de Imbabura.

- La Operadora de Turismo no dispone de un presupuesto para la promoción de emprendimientos turísticos.
- La Operadora de Turismo apoya los emprendimientos a través del uso de las redes sociales.
- Los emprendimientos deben disponer de los requisitos legales para su funcionamiento
- A nivel de estrategias se trabaja en base a la generación de alianzas.
- No se dispone de datos estadísticos en la Operadora de Turismo.
- La toma de decisiones es de manera empírica.
- Las estrategias se deben basar en el uso de redes sociales, tarjetas y campañas.
- Existe un trabajo en conjunto para la promoción del turismo entre las Operadoras y el GAD de Otavalo.

Entrevista aplicada al Sr. Alexander Burkhardt, (E6), Agente de Viajes de Yuratours -Otavalo.

- No se conoce el emprendimiento turístico de la Hostería Comunitaria de Casa Tupatan.
- No se dispone de un Plan de Promoción sobre los emprendimientos turísticos del sector rural de Otavalo.
- No se cuenta en la Agencia de Viajes con un presupuesto para la promoción de emprendimientos turísticos.
- La Agencia de Viajes ha colaborado en el auspicio de emprendimientos.
- Los emprendimientos turísticos deben ser legalmente constituidos.
- La Agencia de Viajes no dispone de estrategias de promoción para el sector rural.

- Se conoce de la inclinación de los turistas para el desarrollo de esta actividad en las zonas rurales.
- La toma de decisiones se basa en un análisis de datos.
- Las estrategias de promoción deben tener en cuenta a aspectos de seguridad, limpieza, calidad, sostenibilidad, y facilidad de acceso.
- La Agencia de Viajes deben trabajar en la cooperación con los emprendimientos rurales.

6.1.2.4 Análisis General de las Entrevistas

El establecimiento dispone de períodos con mayor afluencia de turistas, lo cual, es visible en los meses de junio y agosto, las mencionadas fechas coinciden con las épocas de vacaciones de los estudiantes de la serranía ecuatoriana.

A nivel de infraestructura vial, no se dispone de vías en adecuado estado; este aspecto se torna sensible en las épocas invernales, y constituyen un aspecto negativo en el atractivo turístico que se ofrece a los clientes. De manera global, las personas que mayormente visitan las instalaciones de la **Hostería Comunitaria Casa Tupatan** son nativos de la provincia de Pichincha. A nivel extranjero, las visitas son ocasionales, sin embargo, la reciente crisis sanitaria perjudico de manera notable la actividad del establecimiento.

La capacidad de hospedaje de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan se resumen en un volumen de 20 PAX/ grupos grandes destinadas a las casas de los comuneros. Por otra parte, es factible la presencia de 100 PAX en el restaurante. Los precios son accesibles, y se ubican desde los 5 USD en platos nacionales hasta los 35 USD, mientras que la guianza es de 10 USD, los cuales, deben ser cancelados en efectivo. A nivel de estructura, se dispone básicamente de un gerente, chef y del personal servicios y limpieza, lo cual, se suma a la participación del nivel comunitario.

En el medio de las promociones, se efectúan básicamente con el uso de las redes sociales y radio. Adicionalmente, no se cuenta con apoyo alguno de las entidades públicas del país (MINTUR) y más bien, se ha procurado el desarrollo de convenios con organizaciones afines a la actividad turística. Sin embargo, el establecimiento ha gestionado su aplicación como

parte del Geoparque Imbabura, pues, es conocido de la existencia del Plan de Desarrollo Turístico vigente hasta el 2025, el cual, se basa en capacitaciones brindadas a la participación a las asociaciones afiliadas.

Un punto sensible en la gestión de la Hostería Comunitaria es la falta de un vínculo formal con las operadoras de turismo del sector. En este sentido, es conocido que no existe una estadística formal de este tipo de establecimientos, y no todas las agencias de turismo son parte de los emprendimientos comunitarios.

6.2 Discusión

La investigación desarrollada se orientó al diseño de estrategias de promoción necesarias para el atractivo turístico de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. En este sentido, es relevante la implementación de acciones encaminadas al fortalecimiento de la actividad económica del establecimiento, pues, siendo un turismo basado en la actividad comunitaria no se dispone del apoyo de las entidades públicas y privadas.

La Hostería Comunitaria Casa Tupatan dispone del encanto natural propio de su zona la cual, permite que los turistas participen en diversas actividades asociadas con la comunidad, en consecuencia, el uso de recursos naturales únicos del sector, de esta manera, la interrelación con el medio humano, y natural; además enriquecen las actividades, pues, se conectan con la cultura, naturaleza, y la comunidad.

La comunidad se enfrenta a la problemática inherente a la estructuración de efectivas estrategias de promoción, que impulsen el atractivo a los turistas, lo cual, involucra el conocimiento de un perfil turístico, y las acciones consecuentes para su aprovechamiento, y la consabida multiplicación de información sobre potenciales destinos.

Claramente como la potencial solución a la problemática se vincula a las adecuadas estrategias de promoción turística a la actividad económica de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan; por lo que, se desarrolló en la investigación en base a una revisión del estado del arte nativo de autores inmiscuidos en actividades turísticas comunitarias. Se analizaron investigaciones como el caso de Soler (2020) que revisó la participación del actor social que soporta el progreso de una comunidad que explota su patrimonio cultural, y determinó que una actividad patrimonial involucra los actores sociales, comunitarios, grupos, y gestores

culturales en función de una vivencia sana. La interrelación con la naturaleza ubica al turista en el reconocimiento natural, y la convivencia sana. El turista se orienta a un beneficio personal, y comunitario con la zona que visita como lo estableció Rodríguez (2019).

La motivación de los turistas, es ser parte de actividades turísticas en el entorno natural y cultura de la zona que visitan, lo cual, debidamente sustentado con estrategias, permite al establecimiento brindar un servicio de calidad en respuesta a las necesidades del turista. En este contexto, se desarrollaron entrevistas para conocer la situación actual de la Hostería Comunitaria, y así determinar el diagnóstico de la gestión que en la actualidad se efectúa, este particular permitió datos de interés.

Las entrevistas efectuadas se orientaron al personal administrativo de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, así como, a los principales actores turísticos del sector. La información documentada se respalda en criterios como el de Jiménez (2022) que establecieron el desarrollo de estrategias, en función al diagnóstico, y que consideraban el enfoque económico, ambiental, cultural y social.

En relación a la información levantada, el sector dispone de condiciones óptimas para el desarrollo turístico, que debidamente gestionadas, garantizan el aumento de visitas al atractivo turístico por parte del turista local y extranjero. Así mismo, de las entrevistas, se conoció la falta de apoyo gubernamental a este tipo de actividad turística, sin embargo, se presenta la oportunidad de fortalecer dicha actividad económica en base a una adecuada presencia de estrategias de promoción para los productos, y servicios turísticos. En este sentido, se debe recordar que Moreno y Amaguaña (2020) diagnosticaron los potenciales atractivos turísticos como la base para el desarrollo de emprendimientos comunitarios de interés económico.

A partir de los hallazgos en la investigación, se concluyó que, una comunidad es capaz del desarrollo de una actividad turística en base al mantenimiento, y preservación del medio ambiente, de esa manera, se fortalece la economía de la comunidad, y se responde a las expectativas de los visitantes, siendo primordial el desarrollo sostenible y sustentable.

Por los resultados, el turismo comunitario debidamente gestionado es un beneficio para la comunidad, así mismo, es una actividad que minimiza el efecto negativo en el medio ambiente, es decir, existe un equilibrio entre el desarrollo, y la preservación de los recursos

naturales, en este sentido, Anguaya (2021) relacionó el crecimiento turístico con las posibilidades laborales de una comunidad, por lo que, el turismo es una fuente de ingresos para la comunidad y el país. Por las entrevistas realizadas, se evidenció la necesidad del cuidado del medio ambiente.

Por otra parte, con la información recopilada en el presente trabajo de investigación, se puede connotar que el emprendimiento incide en diferentes ámbitos tales como: sociocultural, económico, ambiental, educativo y turístico. Las cuales se desglosan a continuación.

6.2.1 Sociocultural

- a) **Sobre la calidad de vida:** La existencia de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan constituye un emprendimiento turístico, que incide de manera directa en la creación de beneficios a la comunidad, en este sentido, se tiene un aproximado de hasta 30 familias, que son parte de la mencionada actividad económica.
- b) **Sobre el empleo:** En la actualidad por la disminución de la afluencia de los turistas al establecimiento post COVID19, es baja la generación de nuevos empleos, sin embargo, con y el inicio paulatino de la reactivación económica, y en base al desarrollo de estrategias de publicidad, se pretende la motivación de generar nuevos empleos en un ambiente de trabajo proactivo, y que vincule a la participación dinámica todas de las familias inmersas en el emprendimiento turístico, ya que cuando reciben grupos grandes en fechas especiales, se requiere mayor participación de las familias en la oferta de los productos y servicios que promociona Tupatan.
- c) **Sobre el trabajo en equipo:** La gestión actual se desarrolla bajo principios de trabajo en equipo, sin embargo, a medida de la buena influencia positiva de la promoción con los turistas a la hostería, es factible la creación de una mayor demanda de trabajo en equipo de los habitantes de la comunidad en labores asociadas al servicio al turista, mantenimiento de las instalaciones, desarrollo de artesanías, entre otras.
- d) **Sobre la relación con la comunidad:** Los turistas que visitan la Hostería Comunitaria son involucrados en las actividades diarias de índole comunitaria, y que

son parte del detalle de los paquetes turísticos que se pretende ofertar, de esa manera, es factible una interacción entre la comunidad y el turista.

- e) **Sobre las costumbres:** La implementación de la actividad turística, y la consecuente promoción del turismo comunitario, demanda el rescate y la conservación de costumbres ancestrales. Sin embargo, es necesario un cuidado en el desarrollo del turismo con el fin de no afectar la esencia de la comunidad.

6.2.2 Económico

- a) **De sueldos:** El flujo de turistas es función del efecto provocado por el mecanismo de publicidad aplicado a la actividad económica de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, sin embargo, es necesario tener presente el nivel significativo que representa el desempeño del personal, y el consecuente sueldo de los comuneros y de las familias que participan en el emprendimiento turístico.
- b) **De utilidades:** En función del incremento del número de turistas y de la consecuente compra de los productos turísticos en la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, es posible una mayor utilidad y el consecuente aprovechamiento económico de las familias que participan en el emprendimiento turístico.
- c) **De la dinamización del sector financiero:** La naturaleza del emprendimiento turístico ubicada en la comunidad, no motiva una dinamización en el ámbito financiero. Es decir, se estima que dé inicio no existe un efecto relevante en este campo.
- d) **De dinamización económica del entorno:** El movimiento de los turistas en la Hostería Comunitaria es función de sus necesidades, en este caso, es factible el consumo de productos o servicios en establecimientos comerciales o en empresas afines al turismo. En base a este enfoque, se estima una buena dinamización económica del entorno.
- e) **De generación de divisas:** Los ingresos y utilidades obtenidas a partir del flujo de turistas que llegan a la hostería comunitaria Casa Tupatan se suman a la actividad comercial a desarrollarse en los sectores aledaños. Por lo mismo, se requiere la

reinversión del factor económico en la adquisición de productos y servicios necesarios para el desarrollo de la oferta y promoción del establecimiento.

6.2.3 Ambiental

- a) **Sobre el reciclaje:** El producto del desarrollo de la actividad turística, se refleja con la generación de residuos reciclables, que son capaces de ser sujetos de unos procesos de reciclaje, lo cual, manejado de la manera apropiada es factible se convierta en una fuente de ingreso para la comunidad.
- b) **Sobre el tratamiento de desechos:** Una adecuada gestión de los desechos nativos de la visita de los turistas, permite la clasificación de los mismos, en orgánicos e inorgánicos. Dependiendo de la naturaleza de los desechos, es factible su uso como abono en los cultivos, mientras tanto, los desechos productos inorgánicos son destinados a la basura.
- c) **Sobre la conciencia ambiental:** Un aspecto relevante en este tipo de proyectos, es la capacitación en temas de ambiente con la comunidad circundante, de esta manera, se facilita el mantenimiento de los sitios naturales, y la inducción de un ámbito sostenible y sustentable en la actividad turística.
- d) **Sobre los productos orgánicos:** En el caso de los productos orgánicos, es indispensable tener presente que los alimentos a ser entregados a los turistas, de manera preferente no disponen de químicos, y más bien son productos naturales.
- e) **Sobre las energías alternativas:** La Hostería Comunitaria como parte de su infraestructura dispone de paneles solares que son utilizados en el alumbramiento de jardines, y de determinadas habitaciones del establecimiento.

6.2.4 Educativo

- a) **Como fuente de consulta:** El presente trabajo de investigación es considerado como una fuente de consulta para los estudiantes de colegios, universidades e incluso

personas que busquen datos sobre un emprendimiento turístico basado en estrategias de promoción.

- b) **En capacitación:** El conocimiento asociado a la participación de los comuneros del emprendimiento permite una base que sustente el desarrollo de la propuesta. Posterior a las estrategias diseñadas y la alineación con estas permitiría mantener a los involucrados en constante capacitación en la actividad turística.
- c) **En la generación de guías:** El presente trabajo de investigación constituye una guía para Tupatan, así como para los emprendimientos afines en el turismo ya sea a mediano plazo o a largo plazo.
- d) **En fuente para una investigación:** El contenido de la investigación es un medio de motivación para el nacimiento de temas afines a un emprendimiento turístico.

6.2.5 Turístico

- a) **Sobre el turismo nacional:** En el ámbito del turismo nacional, el diseño de estrategias de promoción es aplicable a la actividad económica de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, así como a las consecuentes organizaciones afines al desarrollo de este tipo de actividad.
- b) **Sobre el turismo extranjero:** En el medio externo, el turismo extranjero es un factor relevante a ser aprovechado en el mediano y largo plazo, para lograr aquello, una correcta promoción utilizando los medios digitales globalizados (redes sociales, blogs, página web, entre otros) es una buena opción para generar nuevas visitas al establecimiento turístico en cuestión.
- c) **Sobre la cultura de calidad:** La interacción con el medio visitante a las instalaciones de la Hostería Comunitaria; requiere del permanente monitoreo, y del consecuente control y mejora de la atención de calidad al cliente, por lo mismo se pretende que el establecimiento obtenga una ventaja competitiva dentro de la percepción del cliente, basada en la gestión de una correcta cultura de calidad.
- d) **Sobre los circuitos:** Es factible que la Hostería Comunitaria forme parte de un circuito con similares atractivos turísticos en el Ecuador, en este sentido, es relevante

la identificación de organizaciones que dispongan, de fines similares dentro de sus objetivos organizacionales.

- e) **Sobre el rescate cultural gastronómico:** La estructuración de los paquetes turísticos que ofrece la Hostería Comunitaria, se basa en el aprovechamiento del rescate de la cultura, y de su propia gastronomía a nivel de platos típicos y tradicionales.
- f) **Sobre el servicio al cliente:** El servicio al cliente es considerado una variable relevante a gestionar en función de la retroalimentación obtenida a partir de sugerencias, y quejas de los interesados.

Análisis

La presente investigación permite el conocimiento de los factores positivos y negativos del emprendimiento, los cuales, debidamente gestionados permiten el fortalecimiento de las bases del turismo en la Hostería Comunitarias Casa Tupatan.

En función de los resultados obtenidos en el análisis de efecto socio-cultural, económico, ambiental, educativa y turístico, se determina una incidencia positiva de la actividad; este particular motiva al desarrollo del turismo en la comunidad de La Compañía, y con la posibilidad real de un crecimiento.

El emprendimiento a nivel del medio ambiente se está desarrollando mediante la idea de turismo sustentable y sostenible, que permite a los involucrados a tener una alternativa más de ingresos en el presente y en el futuro, de esta manera mejorar la calidad de vida de las personas de la comunidad, y de la misma forma cuidar la flora y fauna del lugar.

La dinamización de la economía gracias a los ingresos del turismo, permite a las personas desarrollar un modelo de estabilidad en la parte laboral, y de esta forma no tener opciones para emigrar a otros lugares lejos de la familia y de sus costumbres, con el objetivo de cambiar los niveles de ingresos económicos, es por ello que el turismo en la actualidad es la economía que está en crecimiento que ocupa los primeros lugares de ingresos económicos de nuestro país Ecuador.

6.3. Propuesta

Sobre la base de la investigación obtenidos en los resultados y discusión, se ha logrado evidenciar la principal debilidad que atraviesa la Hostería Casa TUPATAN; la cual es la ausencia de una buena estrategia de promoción que permita consolidarse como un destino turístico en potencia, esto debido a que las personas que conforman la hostería comunitaria casa TUPATAN tienen los conocimientos técnicos limitados acerca del tema, acompañado de la poca inversión financiera; que se traduce en la dificultad de mantener un presupuesto estable, además no cuentan con un sistema idóneo de difusión, y promoción, que les permita posicionarse dentro y fuera del país.

Por lo tanto, en esta investigación se presenta una propuesta técnica de estrategias de promoción, para que el atractivo turístico logre una afluencia permanente de turísticas en el atractivo; ya que la correcta aplicación de las mismas, sirve como una herramienta fundamental en el crecimiento del atractivo turístico comunitario casa TUPATAN.

6.3.1. Tema

Estrategias de promoción para el atractivo turístico hostería comunitaria Casa Tupatan, en la comunidad de la compañía, de la ciudad de Otavalo.

6.3.2. Descripción de la Propuesta

Una vez desarrollado el análisis de la situación actual de la hostería comunitaria Casa Tupatan en la comunidad de la compañía, de la ciudad de Otavalo, es factible la aplicación de estrategias sustentadas en base al F.O.D.A, el cual, gestiona los aspectos que han sido identificados como puntos sensibles en la administración del establecimiento. En este sentido, se fortalece el aspecto turístico comunitario y la consecuente motivación a la economía. Es importante tener en cuenta lo siguiente:

Para la fase I, comprende el diseño de instrumentos (encuesta y entrevistas). En lo relacionado a la implementación de los instrumentos, las encuestas se aplicaron de manera presencial con los participantes y de igual manera en el caso de las entrevistas.

Sobre la fase II, asociada a la caracterización de los turistas visitantes al atractivo turístico Casa Tupatan, se aplicó un método inductivo en base al perfil de los visitantes que fundamente un enfoque global del visitante. En lo relacionado a la implementación de los instrumentos, las encuestas se aplicaron de manera presencial con los participantes y de igual manera en el caso de las entrevistas.

En la fase III, asociada a la elaboración de estrategias de promoción para el atractivo turístico, se aplicó un método sintético que permitió a las estrategias de marketing ser parte de la promoción turística, lo cual, fue obtenido a partir del análisis FODA pues, las estrategias son la respuesta a la gestión actual que efectúa el establecimiento.

Para la fase IV, elaboración de paquetes para la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, fue útil la inducción a partir de la información de los productos y servicios ofertados en la Hostería Comunitaria. En este sentido, la retroalimentación directa con la persona responsable de la Hostería permitió conocer las expectativas y necesidades de los clientes, los mencionados puntos pasaron a ser parte de la matriz FODA.

6.3.3. Análisis FODA

A continuación, se presenta una síntesis de la información captada con las diferentes técnicas de investigación, para una mejor comprensión se lo ha estructurado sobre la base de aspectos internos (fortalezas y debilidades) y aspectos externos (oportunidades y amenazas).

Tabla 3*Matriz FODA*

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Precios asequibles a las necesidades de los turistas en función de su naturaleza como sitio histórico y sagrado.	Motivación de alianzas turísticas con establecimientos afines a la actividad económica de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.
Apertura al control y mejora de los responsables de la administración de la Hostería Comunitaria.	Potencializar la credibilidad de la comunidad sobre el servicio que ofrece a los turistas.
Nivel de aceptación de los turistas sobre el servicio que se ofrece.	Transformar a la Hostería Comunitaria Casa Tupatan en el modelo de gestión para emprendimientos comunitarios.
Existencia de una infraestructura adecuada a la actividad económica de la organización.	Integración de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan con el Plan de Turismo de Imbabura
DEBILIDADES	AMENAZAS
Reducida competencia de fundamentos que regulan un plan estratégico útil para la organización.	Falta de control de las autoridades que regulan la actividad de turismo asociada a la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.
Ausencia de un efectivo mecanismo de información de las características del servicio que se ofrece a los turistas.	Aparecimiento de precios desleales nativos de la competencia.
Toma de decisiones en ausencia de un análisis de datos en el ámbito operativo y administrativo.	Cambios en la visión de la política gubernamental inherente al turismo.
Falta de un enfoque de procesos en la actividad de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.	Indiferencia del GAD del sector responsable de las mejoras en la infraestructura vial que rodea el sector.

Nota. Fuente: Encuesta.

6.3.4. Estrategias

La propuesta se enfoca en la generación de un conjunto de estrategias que faciliten el control de las debilidades, el aprovechamiento de oportunidades, y la gestión de las amenazas que son propias de la actividad económica descrita.

Tabla 4*Estrategias de Crecimiento*

Estrategias de crecimiento, F, O	
Ofensivas	<p>Determinación de una ventaja competitiva inherente a los recursos naturales propios de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.</p> <p>Generación de un mecanismo de seguimiento sobre la gestión estratégica de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan en base a un análisis de datos y toma de decisiones.</p> <p>Estandarización del proceso estratégico inherente a las acciones de publicidad de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.</p> <p>Impulso de convenios con centros de educación superior que disponen de carreras afines a la actividad económica de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.</p>

Nota. Fuente: Propia del Autor.

Tabla 5*Estrategias Reactivas*

Estrategias reactivas, F, A	
Defensivas	<p>Motivación de los líderes de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan para la innovación de la tecnología vinculada al servicio de turismo.</p> <p>Priorización del uso de los recursos asignados al desempeño del servicio de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, y a los ingresos del establecimiento.</p> <p>Retroalimentación con los responsables de los procesos operativos y administrativos que son parte de la actividad de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.</p> <p>Estructuración de un lineamiento de retroalimentación en base a los intereses del cliente interno y externo de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.</p>

Nota. Fuente: Propia del Autor.

Tabla 6

Estrategias Adaptativas

Estrategias adaptativas, D, O	
Reorientación	Actualización de la competencia del personal que integra la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, en función del Plan de Turismo de Imbabura.
	Identificación de recursos para la potencialización del servicio de turismo de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.
	Análisis periódico de los datos resultantes (ingresos y egresos) del servicio de turismo que brinda la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.
	Innovación periódica del servicio de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan en base a las aspiraciones de la comunidad.

Nota. Fuente: Propia del Autor.

Tabla 7

Estrategias de Supervivencia

Estrategias de supervivencia, D, A	
Supervivencia	Gestión proactiva sobre las labores que inciden de manera directa en el servicio de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.
	Difusión del direccionamiento estratégico vigente de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.
	Establecimiento de las bases en función de un enfoque de procesos de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.
	Reconocimiento al personal de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan en función del desempeño realizado en el período (anual, semestral).

Nota. Fuente: Propia del Autor.

6.3.4.1. Nombre del Establecimiento

El nombre del establecimiento es el de “Hostería Comunitaria Casa Tupatan, en la Comunidad de la Compañía de la ciudad de Otavalo.

6.3.4.2. Logotipo

El logotipo de la “Hostería Comunitaria Casa Tupatan” es una representación del entorno natural del sector. Su composición simboliza la existencia de los sectores naturales que rodean el establecimiento, mientras tanto, los colores aplicados del verde (claro y oscuro) representan los bosques que predominan en el sector.

Figura 25

Logotipo



Nota: La figura determina el logotipo de la Hostería nativo del diseño de la propuesta. Adaptada de la Hostería Comunitaria “Casa Tupatan” (2023).

6.3.4.3. Eslogan: Diversión y renovación.

El contenido del eslogan, es resultante de la experiencia que ofrece el sitio.

6.3.4.4. Ubicación

La Hostería Comunitaria Casa Tupatan, se encuentra ubicada en la comunidad de La Compañía a 10 minutos de Otavalo.

6.3.4.5. Macro Localización

El Ecuador se encuentra ubicado en el sur del continente americano, en el sector noreste de Sudamérica y su territorio es parte de la línea equinoccial. Sus límites se determinan al norte

6.3.4.6. Provincia de Imbabura

Es conocida como la Provincia de los Lagos, debido a que dentro de sus 6 cantones se ubican los hermosos lagos del Ecuador. La provincia de Imbabura limita en el sector norte con la provincia del Carchi, al sur se ubica Pichincha, al sector este con Sucumbíos, y al oeste con Esmeraldas. Los cantones que son parte de Imbabura son Ibarra, Otavalo, Cotacachi, Pimampiro, Antonio Ante y Urcuquí, los cuales, se involucran como actores dinámicos en la actividad turística del país, y en función del logro de un desarrollo sostenible de sus patrimonios.

En la actualidad, la población de los mencionados cantones participa de iniciativas nativas de sus gobiernos seccionales, y organizaciones comunitarias que buscan el impulso de las acciones empresariales sobre el turismo comunitario, en actividades artesanales, deportivas y sociales que se vinculan al turismo. De esta manera, se genera fuentes de trabajo que motiven la mejora de la calidad de vida de esta región. (Ministerio de Turismo Ecuador, 2008).

Figura 28

Ubicación de la Prov. De Imbabura en el Mapa de Ecuador



Nota: La figura determina la ubicación de la provincia de Imbabura en el Ecuador. Adaptada de (Instituto Geográfico Militar Ecuador (2010), http://www.igm.gob.ec/site/index.php?option=com_content&view=article&id=84:mapa-del-ecuador-uso-escolar-escala-14000000&catid=41&Itemid=89

Figura 29

Mapa de la Prov. De Imbabura



Nota: La figura determina el Mapa la Provincia de Imbabura. Adaptada de GoEcuador Imbabura Road Map (2015), <http://www.goecuador.com/ecuador-maps/road-maps/imbabura-road-map.html>

6.3.4.7. Cantón Otavalo

El cantón Otavalo se sitúa en el sector norte del país, y al sur oriente de la provincia de Imbabura. Dispone de una superficie de 579 Kms², acorde a lo establecido por el Gobierno Municipal de Otavalo. La ciudad de Otavalo se ubica al norte del callejón interandino, a una distancia de 110 Kms de Quito, y a escasos 20 Kms de la ciudad de Ibarra. Geográficamente, se ubica a 2.565 msnm, limitada por las siguientes coordenadas: 78° 15' 49'' longitud oeste y 0° 13' 43'' latitud norte (Otavalo, Municipio De Otavalo, 2011).

Figura 30

Mapa del Cantón de Otavalo



Nota: La figura determina el Mapa del Cantón Otavalo. Adaptada de Zonu Cantones de Imbabura (2011), <http://www.zonu.com/America-del-Sur/Ecuador/Imbabura/Politicicos.html>

Figura 31

Cantón Otavalo



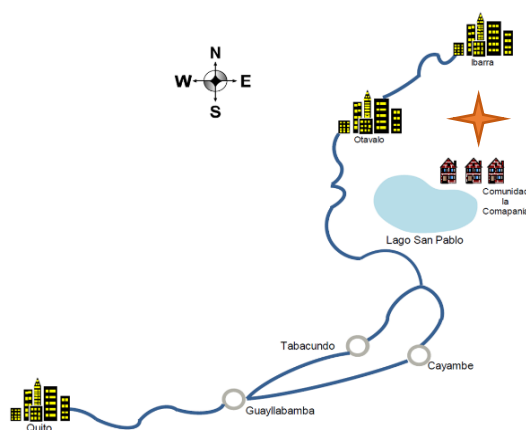
Nota: La figura determina los límites del Cantón Otavalo. Adaptada de VisitoOtavalo (2013), <http://www.visitotavalo.com/pagina.php?varmenu=95>

6.3.4.8. Comunidad “La Compañía”

Constituye una comunidad que pertenece a la Parroquia Urbana el Jordán del Cantón Otavalo, su ubicación dispone de las siguientes coordenadas: $0^{\circ} 12'$ latitud norte, $0^{\circ}14'29''$ latitud sur, $72^{\circ}15'$ longitud este y $70^{\circ}10'$ longitud oeste. En el caso de los límites, es conocido que en el sector norte está el cerro Imbabura, al este, la Quebrada Estanco, al sur, la cumbre del Cerro Cusín, y al costado oeste, el Lago San Pablo.

Figura 32

Ubicación de la Comunidad “La Compañía” en el Cantón Otavalo



Nota: La figura determina la Comunidad “La Compañía”. Fuente propia del Autor.

6.3.4.9. Vías de Acceso

Es una vía de primer orden hasta la comunidad de La Compañía, sin embargo, el acceso al establecimiento dispone de 500 metros de una vía de tercer orden.

6.3.4.10. Descripción del Servicio

La Asociación Comunidad Cristiana Católica Liberación “A.C.L.I.” fue aprobado legalmente fundada con el Decreto Ejecutivo No. 000417 de abril de 1983, desde esa aprobación ha conseguido trabajar con toda la comunidad, y sacar otras organizaciones como: IMBACOOPT LTDA, Movimiento de mujeres, jóvenes deportistas, danzantes, grupo musical, proyecto Tupatan, fundación mushuk nina, inti producciones, y entre otras agrupaciones en la comunidad; cómo podemos ver en esta ocasión el atractivo turístico Hostería Comunitaria Casa Tupatan.

El compartir las experiencias con los visitantes permite sentir, el contacto directo con la naturaleza y la vivencia intercultural, acompañando en las actividades que desarrollan las familias del sector.

La hostería comunitaria cuenta con 5 cabañas con capacidad de 4 pax en cada cabaña, y la capacidad total de 20 pax, en caso de grupos de más de 20 pax se les ubican en casas comunitarias de los miembros que participan en la asociación. Las cabañas utilizan energía solar y su tipo de construcción es combinación de ladrillo, y madera con la suficiente privacidad para los visitantes. Las habitaciones de las cabañas son confortables con capacidad de 4 personas por cabaña de un total de 5, cuenta con baño privado de agua caliente, espacios verdes y chimenea de leña.

El servicio de restaurante en la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, se realiza en las propias instalaciones dotada de todos los servicios básicos. Con una vista panorámica única del lago San Pablo y las montañas aledañas a Tupatan. Se presenta platos típicos locales y cocina nacional. Su tipo de construcción es de combinación de ladrillo y madera.

El servicio de guianza en la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, se realiza en la Comunidad de La Compañía, y en el volcán Imbabura. Con guías nativos propios de la comunidad con un nivel básico de inglés; el tour consiste en visitar a las casas de la comunidad de La

Compañía, se aprecia tejido artesanal, bordados de blusas de vestimenta indígena, artesanías en totora, visita a lago San Pablo y cascada de Peguche. Es viable una caminata por el ascenso al volcán Imbabura, dispone de 2 guías nativos y tiene una duración 8 horas.

6.3.4.11. Servicios Básicos

La Comunidad cuenta con todos los servicios básicos, así mismo, la Hostería Comunitaria Casa Tupatan cuenta con todos los servicios básicos para el desempeño de las actividades turísticas de una manera eficiente.

6.3.4.12. Tipos de Infraestructura

La totalidad de las cabañas, incluido el restaurante dispone de una construcción mixta (madera y ladrillo).

6.3.4.13. Características

Los servicios y productos que se ofertan son de calidad, basado en la convivencia, y una demostración cultural en contacto con la naturaleza.

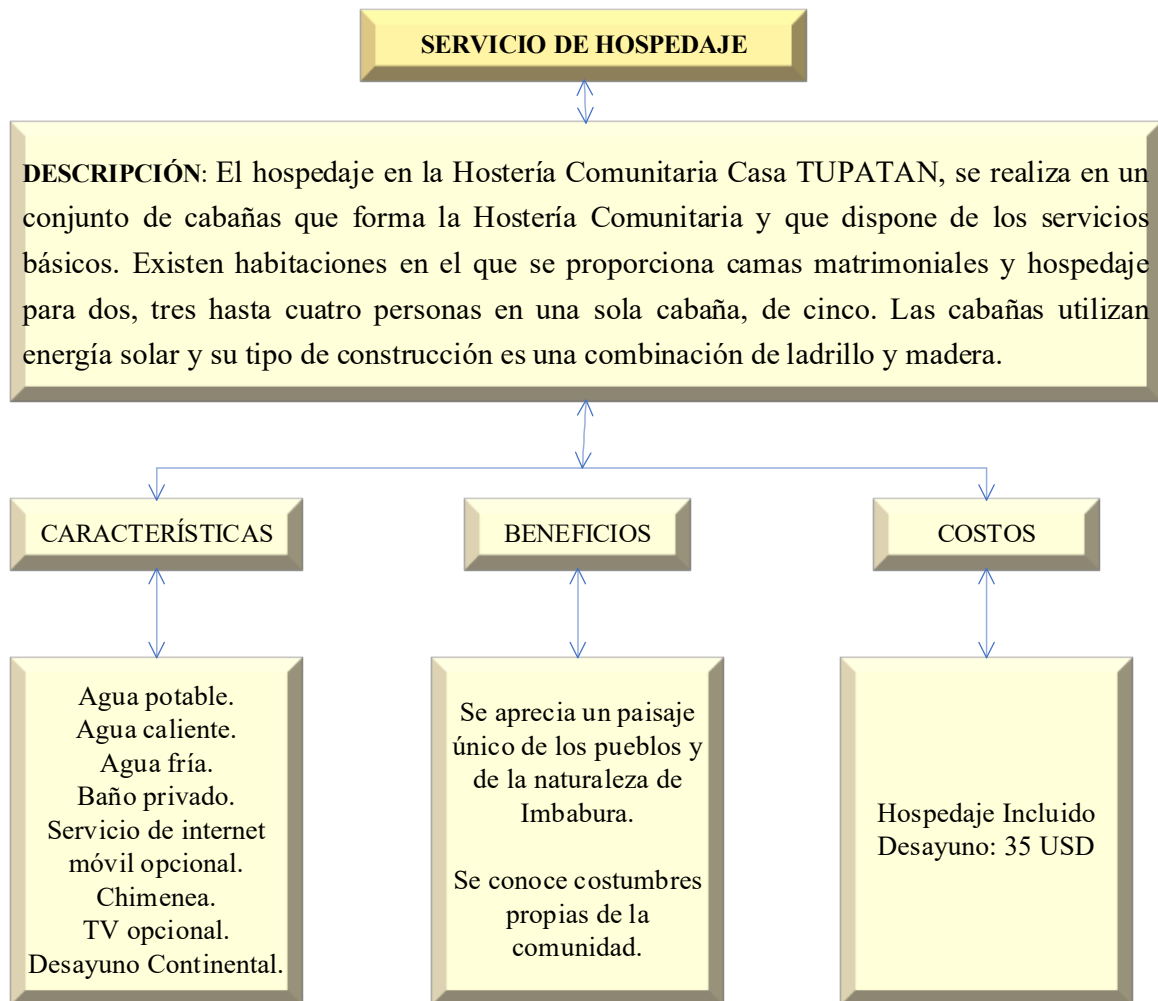
6.3.4.14. Portafolio de Servicios y/ o Productos

En relación con las estrategias de promoción que maneja Casa Tupatan, es importante notar que estas se orientan hacia el establecimiento de servicios turísticos basados en un emprendimiento comunitario. Este enfoque busca diseñar propuestas que se ajusten a las necesidades del atractivo del sector. De manera complementaria, es relevante establecer de manera específica los servicios y productos destacados que forman parte del interés de los turistas que buscan alternativas en sus viajes.

6.3.4.15. Servicio de Hospedaje

Figura 33

Servicio de Hospedaje



Nota: La figura describe el servicio de hospedaje de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Fuente propia del Autor.

Respecto al ámbito del hospedaje que ofrece el establecimiento, es válido notar que la decoración de las habitaciones pretende reflejar el tema cultural del pueblo quichua de la región andina. Por este motivo, es visible la existencia de una decoración basada en elementos multicolores y que son parte de tapices colgantes, cuadros de pueblos indígenas, las clásicas esteras de totora, alfombras de diversos modelos, entre otros. En este caso, existe

el atractivo que las casas en parte utilizan energía solar y su tipo de construcción se caracterizan por ser una combinación de ladrillo y madera.

Figura 34

Habitaciones de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan



Nota: La figura determina una habitación de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Adaptada de la Hostería Comunitaria “Casa Tupatan” (2023).

Es importante tener presente que el hospedaje agrupa habitaciones de índole matrimonial, y familiar, las cuales, dispones de los servicios básicos. Por otra parte, el hospedaje en este ámbito se ubica en 20 PAX (5 cabañas). De manera complementaria, es factible el uso de las casas de los comuneros para la recepción de grupos grandes de turistas.

Figura 35

Salas de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan



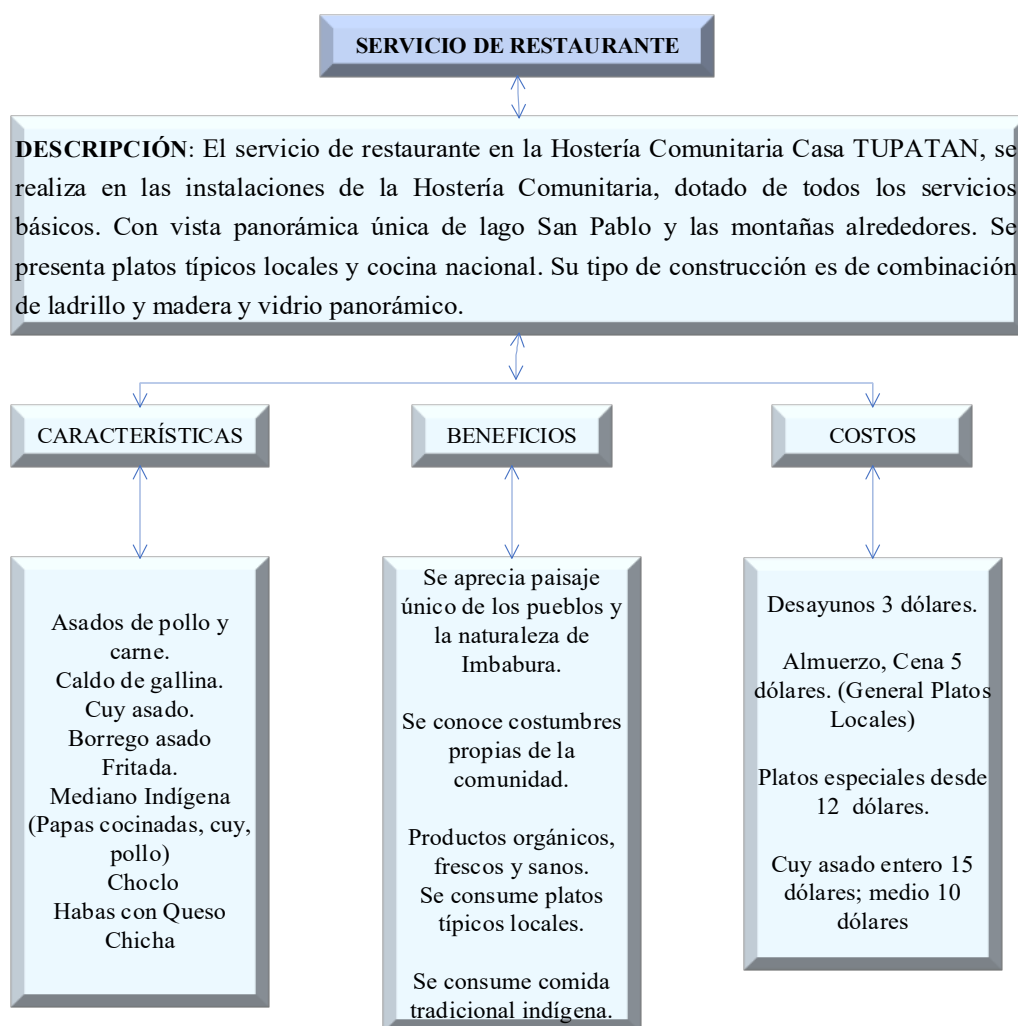
Nota: La figura determina una sala de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Adaptada de la Hostería Comunitaria “Casa Tupatan” (2023).

Los meses de mayor afluencia de turistas en el establecimiento son junio y agosto, los cuales, determinan la presencia de grupos de turistas de 5, 10, 15, 20 personas. Mientras tanto, la época de verano es susceptible de múltiples reservaciones, y que se encuentran en capacidad de disfrutar de servicios cómodos, y que se caracterizan por la presencia de agua caliente, chimenea, baño privado, agua potable, servicio de internet, televisión y camping.

6.3.4.16. Servicio de Restaurante

Figura 36

Servicio de Restaurante



Nota: La figura describe el Servicio de Restaurante de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Fuente propia del autor.

En lo relacionado al servicio del Restaurante, es conocida las opciones de desayunos, y almuerzos variados en base a los insumos del sector, y que procuran conservar la tradición histórica en su contenido. En los hospedajes va considerado un desayuno tipo de continental cuyo costo se ubica en los \$ 35 USD / Pax. Por otra parte, en los eventos especiales como los matrimonios el valor de los platos se ubica en los \$ 15 USD. Existe una capacidad de 100 personas en las instalaciones.

Figura 37

Vista del Restaurante



Nota: La figura describe el restaurante de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Adaptada de la Hostería Comunitaria “Casa Tupatan” (2023).

De manera complementaria, aparece la recepción de eventos sociales (matrimonios para 600 personas). En el caso de los costos de los platos, se identifica la existencia de platos locales en los \$ 5 USD, mientras en \$ 12 USD se encuentra los platos de naturaleza indígena que incluye una jarra de chicha.

Figura 38

Restaurante



Nota: La figura describe el sitio de recepción de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Adaptada de la Hostería Comunitaria “Casa Tupatan” (2023).

El personal que atiende dentro del establecimiento dispone de la existencia de un chef, el personal de servicios y limpieza, los cuales, disponen de la dirección administrativa del Gerente.

Figura 39

Servicio de Restaurante



Nota: La figura describe un plato tradicional de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Adaptada de la Hostería Comunitaria “Casa Tupatan” (2023).

De manera general, el restaurante ofrece a nivel de platos un alcance típico, local y de cocina nacional. Lo mencionado es apropiado para resaltar el tipo de construcción del establecimiento que se caracteriza por ser de ladrillo, madera y vidrio panorámico. Los platos de mayor demanda son el caldo de gallina, mediano indígena (papas cocinadas, cuy y pollo), el borrego asado, fritada, choclo, habas con queso, y chicha.

Figura 40

Platos Especiales

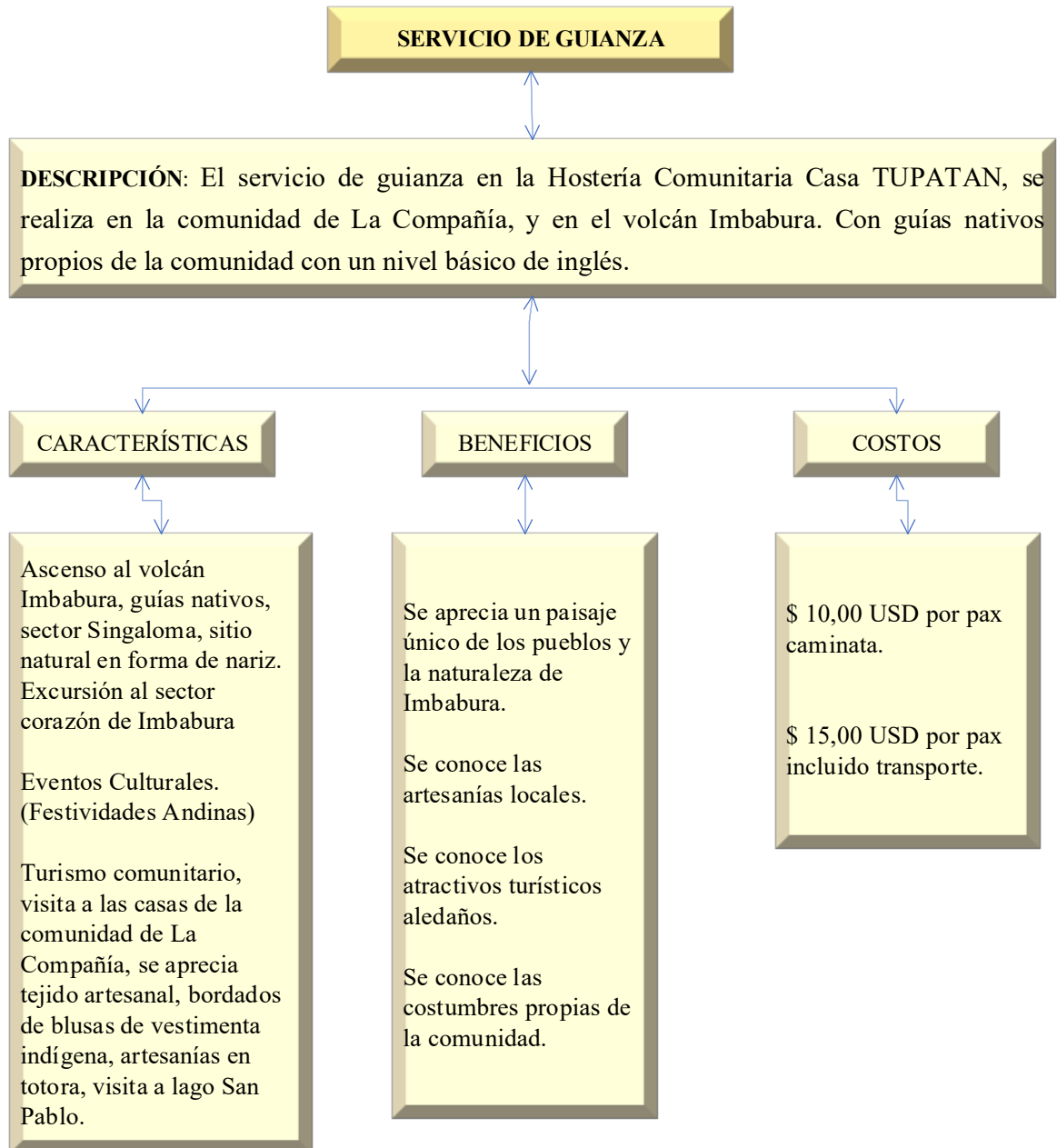


Nota: La figura describe un plato de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Adaptada de la Hostería Comunitaria “Casa Tupatan” (2023).

6.3.4.17. Servicio de Guianza

Figura 41

Servicio de Guianza



Nota: La figura describe el Servicio de Guianza de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Fuente propia del autor.

En el caso del Reglamento de Operación Turística de Aventura se determinó un lineamiento de principios para la regulación de los servicios turísticos en el Ecuador. En este sentido, se identificó los Centros de Turismo Comunitario con un alcance de actividades dentro de sus límites, y la posibilidad de potenciales denuncias de incumplimientos de los servicios ofrecidos ante entidades municipales como el GAD.

En el caso de los Guías de Turismo, Art 11, se determina la realización de actividades turísticas de aventura mediante la intervención de guías de turismo que han sido acreditados como un guía nacional especialista en aventura en el medio local. Por otra parte, las entidades dedicadas al turismo están capacitadas para la organización de viajes y visitas debidamente controladas por el Reglamento de Operación Turística de Aventura. En este sentido, es factible el desarrollo de los prestadores de servicios turísticos mediante las figuras de operadores turísticos o agencias de viajes (MINTUR, 2020)

El servicio de guianza es básicamente manejado con la presencia de guías locales pues, son los mayormente conocedores del ambiente natural del sector. Además, este aspecto busca generar un mayor compromiso entre los sectores participantes en pro del logro de las aspiraciones comunitarias.

Figura 42

Ascenso al volcán Imbabura, Sector Singaloma, a 800 Metros de la Hostería.



Nota: La figura describe el sector aledaño al volcán Imbabura. Adaptada de la Hostería Comunitaria “Casa Tupatan” (2023).

En el caso de la guianza se tiene presente el ascenso por el volcán Imbabura hasta el sector de Singaloma, el sitio natural en forma de nariz, el corazón del Imbabura, el sitio natural en forma del corazón en el volcán Imbabura, entre otros. De manera complementaria, es factible el ascenso a la cima del volcán con la presencia de los grupos elites de entrenamiento de montañismo. Para el ascenso al volcán Imbabura es factible la presencia de 2 guías nativos con una duración de 8 horas.

Figura 43

Eventos Culturales de las Festividades de la Cosmovisión Andina del Inti Raymi



Nota: La figura describe los eventos culturales de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Adaptada de la Hostería Comunitaria “Casa Tupatan” (2023).

A nivel de los denominados eventos culturales, se identifica como los de mayor flujo de turismo a las desarrolladas en el 23 de junio, Ceremonia de Inti Raymi (Fiesta del Sol), las festividades de los meses de octubre, marzo, abril, y de la Cosmovisión Andina.

El ámbito del turismo comunitario incluye la visita a las casas de la comunidad de La Compañía, se aprecia el tejido artesanal, el colorido de los bordados de blusas de vestimenta indígena, las vistosas artesanías en totora, la visita al Lago San Pablo y la Cascada de Peguche. Por lo demás, el camping se da fundamentalmente al sector de Tuparina.

Figura 44

Eventos Culturales de la Cosmovisión Andina.



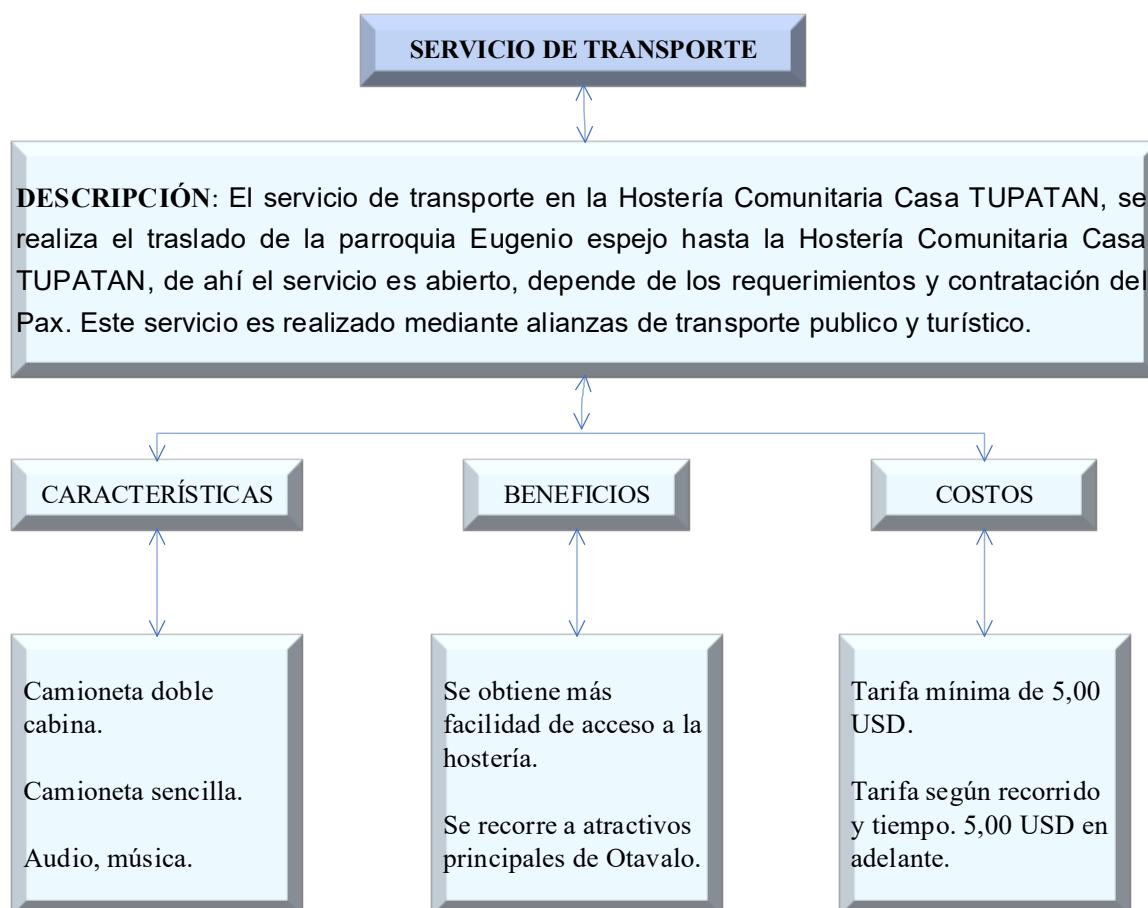
Nota: La figura describe los eventos culturales de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Adaptada de la Hostería Comunitaria “Casa Tupatan” (2023).

El servicio de guianza en la Hostería Comunitaria Casa Tupatan se realiza en la comunidad de La Compañía y en el sector del volcán Imbabura. Un aspecto relevante a indicar es la presencia de guías nativos propios de la comunidad que disponen de un nivel básico de inglés.

6.3.4.18. Servicio de Transporte

Figura 45

Servicio de Transporte



Nota: La figura describe el Servicio de Transporte de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Fuente propia del Autor.

El servicio ofrecido cumple las regulaciones del ente de control como es el caso de la ANT, y toma en consideración los requerimientos que deben cumplir las unidades de turismo, y con la correspondiente frecuencia de revisión, y aprobación del enfoque técnico y documental. En este sentido, es válido tener presente que la Hostería mantiene alianzas con empresas turísticas de transporte turístico, y que ofrece el servicio de recorrido a los clientes.

Es válido tener presente el Reglamento de Transporte Terrestre Turístico, vigente y aprobado por la ANT y el propio MINTUR, el cual, abarca temas vinculados a disposiciones que se orientan al control de los automotores, y la inherente calidad del servicio. En este

sentido, se determina un intervalo de transición para que los propios conductores de los móviles dispongan de un certificado de competencias laborales como es el caso del Servicio de Acreditación Ecuatoriana (MINTUR, 2022).

6.3.5. Estrategias de Promoción

A nivel de las estrategias de promoción que permitan potencializar el atractivo turístico de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, en la Comunidad de la Compañía de la ciudad de Otavalo, se efectúa como viable la propuesta en base al desarrollo de puntos relevantes en su estructura. Para ello se determina la creación de elementos publicitarios capaces de llegar directa o indirectamente por distintos medios posibles a la mayor cantidad de personas como posibles clientes, a la vez utilizar la herramienta de Neuromarketing para crear un ambiente único y exclusivo en la experiencia de los turistas al visitar la hostería comunitaria Casa Tupatan. Con el objetivo de cerrar el círculo del negocio se establece paquetes turísticos propios de Casa Tupatan, combinadas y en alianza con los atractivos turísticos más relevantes de Otavalo, la cual permite ofertar precios estratégicos con promociones especiales en grupos grandes.

Dentro de la promoción y publicidad que maneja el establecimiento, es válido notar la presencia de las denominadas hojas volantes nativa de la organización, y cuyo contenido resalta los puntos relevantes dentro del servicio que se ofrece al turismo nacional e internacional, lo cual, dispone a manera de caratula de presentación la Figura 46.

Figura 46

Tuparina



Nota: La figura determina la publicidad a manejarse en la Hostería. Adaptada a partir de un diseño parte de la propuesta.

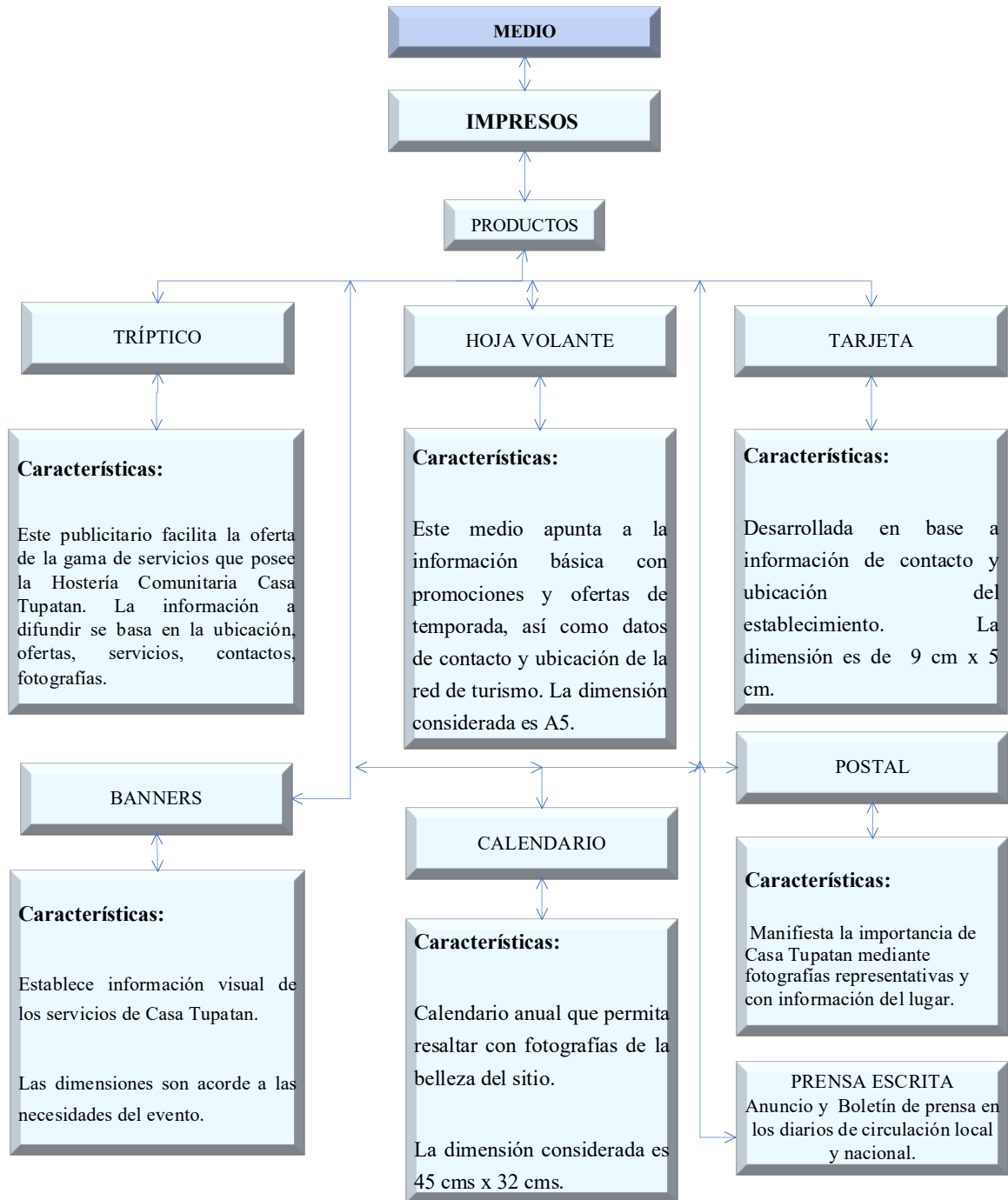
6.3.5.1. Elementos Publicitarios

Los colores asociados al logo del establecimiento, se vinculan al sector donde se ubica el establecimiento y a los tintes propios de la naturaleza. Por otra parte, el público objetivo de la propuesta se identifica como relevante el sector nacional, lo cual, en el mediano y largo plazo se constituya en el impulso adecuado para un enfoque externo. Los sitios de entrega de la publicidad se establecen como los sectores de afluencia de público, debido a determinadas fechas de interés, y que sustentan la concentración de personas que asisten principalmente a actos públicos. En este sentido, los elementos que básicamente van a formar parte de la publicidad que identifican como hojas volantes, trípticos, llaveros, camisetas, bolígrafos, entre otros.

6.3.5.2. Medios Impresos

Figura 47

Medio Impresos



Nota: La figura describe el desarrollo de la comunicación por medios impresos como parte de la publicidad de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Fuente propia del Autor.

6.3.5.3. Tríptico.

Constituye un factor de publicidad, que soporta la oferta de la gama de servicios que posee la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, en este sentido, se caracteriza por ser un medio rápido y eficaz para el desarrollo de la comunicación de temas de interés por medio del uso de:

- Ubicación
- Ofertas
- Servicios
- Contactos
- Fotografías

Figura 48

Triptico



Nota: La figura describe el desarrollo de trípticos de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Fuente propia del Autor.

6.3.5.4. Hoja volante.

Es un soporte que cuenta con información básica sobre las promociones, y ofertas de temporada; de manera complementaria, es factible el conocimiento de los datos de contacto y la ubicación de la red de turismo. Este particular es aconsejable sea aplicado en un formato A5.

Figura 49

Hoja Volante



Nota: La figura describe el desarrollo de trípticos de la publicidad de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Fuente propia del Autor.

6.3.5.5. Tarjeta.

Contará con información de contacto y ubicación. Dimensiones: 9 x 5 cm.

Figura 50

Tarjeta de Presentación



Nota: La figura describe modelos de tarjetas de la publicidad de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Fuente propia del Autor.

6.3.5.6. Banners.

Contiene una información de naturaleza visual con el uso de fotografías de paisajes, y servicios que son parte de Tupatan. Las dimensiones a desarrollarse deben ser acorde a los requerimientos del evento; en este sentido, la medida común es de 2 m x 1 m.

Figura 51

Banner Tupatan



Nota: La figura describe el desarrollo de banners como parte de la publicidad de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Fuente propia del Autor.

6.3.5.7. Calendario.

El desarrollo de un calendario anual permite, resaltar mediante fotografías el entorno natural del sitio. En este caso, la dimensión apropiada es de al menos 45 cm x 32 cm.

Figura 52

Calendario Tupatan



Nota: La figura describe calendarios como parte de la publicidad de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Fuente propia del Autor.

6.3.5.8. Postal.

Es un medio apropiado para la explotación de fotografías del sector de interés. Es aconsejable una dimensión de 18 cms x 13 cms.

Figura 53

Postal Tupatan



Nota: La figura describe modelos de postales como publicidad de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Fuente propia del Autor.

6.3.5.9. Prensa Escrita

6.3.5.10. Anuncio.

Este tipo de anuncio es útil para facilitar el conocimiento de los productos, y servicios de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, esto es mediante el uso de la información específica que transmita un mensaje claro y conciso. Lo indicado debe ser de publicaciones de los diarios de mayor circulación local y nacional.

Figura 54

Anuncio en Prensa de Tupatan



The image shows a newspaper advertisement for 'TUPARINA TURISMO COMUNITARIO'. The ad is presented in two versions: a full-page layout on the left and a newspaper clipping on the right. The full-page layout features a large tree in the foreground and a scenic landscape in the background. Text on the full-page ad includes: 'TUPARINA TURISMO COMUNITARIO', 'LA CULTURA VERDADERA NACE CON LA NATURALEZA' (with 'Masanobu Fukuoka' below it), '¿Qué servicios te ofrecemos?', 'Hospedaje, Restaurantes, Cafeterías, Asesorías, Bordados, Artesanías, Danza y Música, Festividades Andinas', 'Experiencia única en un lugar único!', 'Hacer o bien visitar el pueblo del cantón, provincia y país a que, visiten sus plantaciones para que puedan disfrutar de su gastronomía, artesanías, costumbres y tradiciones en un ambiente familiar y natural. Atención permanente y en especial los fines de semana.', 'Hostería casa Tupatan', 'CONTACTOS: 0983696311 / 528 066 2919-168', 'tupatan@hotmail.com - www.sustatuparina.com', and 'Otavalo - La Compañía'. The newspaper clipping on the right has a 'NEWS' header, a date 'Date today 00/00/00', and a 'WOW NEWS' section. The 'WOW NEWS' section contains two columns of placeholder text: 'In libris graecis appetere mea. At vim odio lorem omnes, pri id iuvaret partiendo. Vivendo menandri et sed. Lorem volumus blandit cu has. Sit cu alia porro fuisset.' and 'Ea pro natum invidunt repudiandae, his et facilisis vituperatoribus. Mei eu ubique altera senerit, consul eripuit accusata has ne. Ignota verterem te nam, eu cibo causae menandri vim.' Below this is an 'ARTICLE HEADLINE' section with similar placeholder text: 'In libris graecis appetere mea. At vim odio lorem omnes, pri id iuvaret partiendo. Vivendo menandri et sed. Lorem volumus blandit cu has. Sit cu alia porro fuisset.' and 'Ea pro natum invidunt repudiandae, his et facilisis vituperatoribus. Mei eu ubique altera senerit, consul eripuit accusata has ne. Ignota verterem te nam, eu cibo causae menandri vim.' The newspaper clipping also includes the 'TUPARINA TURISMO COMUNITARIO' logo and the same descriptive text as the full-page ad.

Nota: La figura describe el desarrollo de comunicaciones impresas como parte de la publicidad de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Fuente propia del Autor.

6.3.5.11. Boletín de prensa.

El boletín debe ser conciso mientras su extensión no sea mayor a una hoja. Es importante tomar en cuenta los temas novedosos como parte del titular. A continuación, los párrafos deben describir la ubicación y oferta del proyecto. Por lo demás, se debe concluir con información vinculada a la Red de Turismo, es decir, es significativo el ingreso de personas de contacto, email y numero de celular.

Figura 55

Boletín de Prensa Tupatan

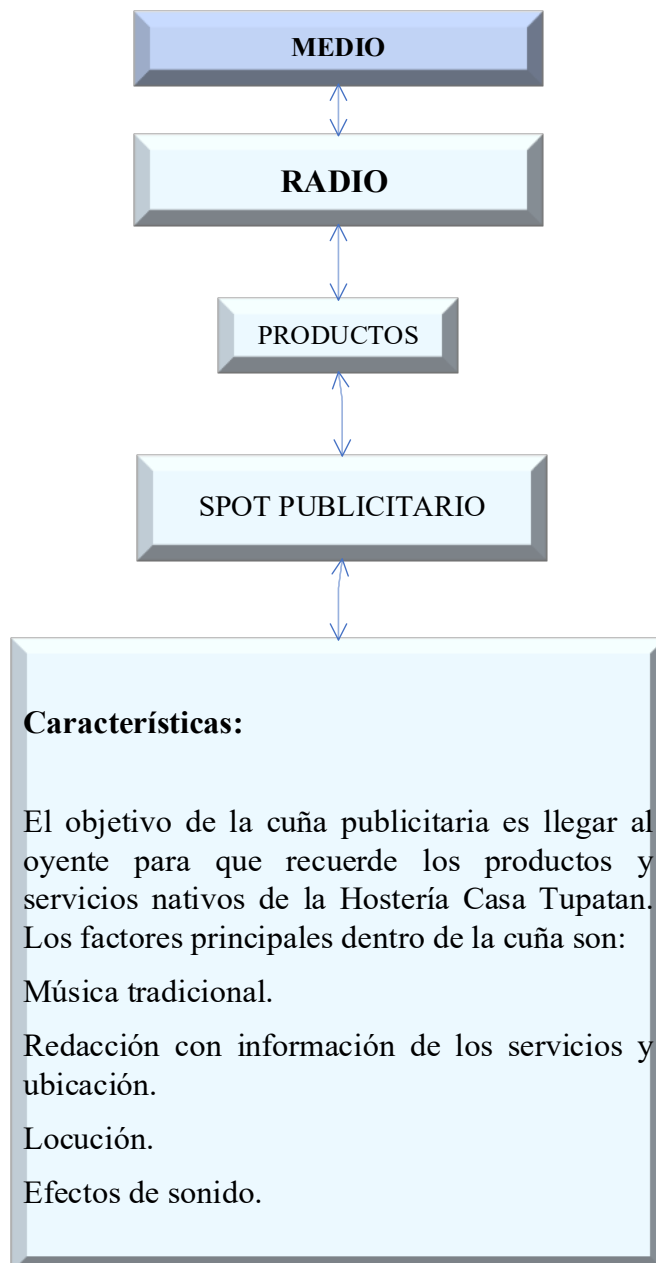


Nota: La figura describe modelos de boletines de prensa como parte de la comunicación de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Fuente propia del Autor.

6.3.5.12. Radio

Figura 56

Medio de Radio



Nota: La figura describe el desarrollo de la comunicación por radio como parte de la publicidad de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Fuente propia del Autor.

6.3.5.13. Spot publicitario radio.

El objeto de una cuña publicitaria es llegar al oyente con el consecuente anuncio de productos y servicios de la Hostería Casa Tupatan. Los factores primordiales para la elaboración de la cuña son:

- Música tradicional.
- Redacción efectiva de servicios y ubicación.
- Locución.
- Efectos de sonido.

Figura 57

Spot de Radio Tupatan

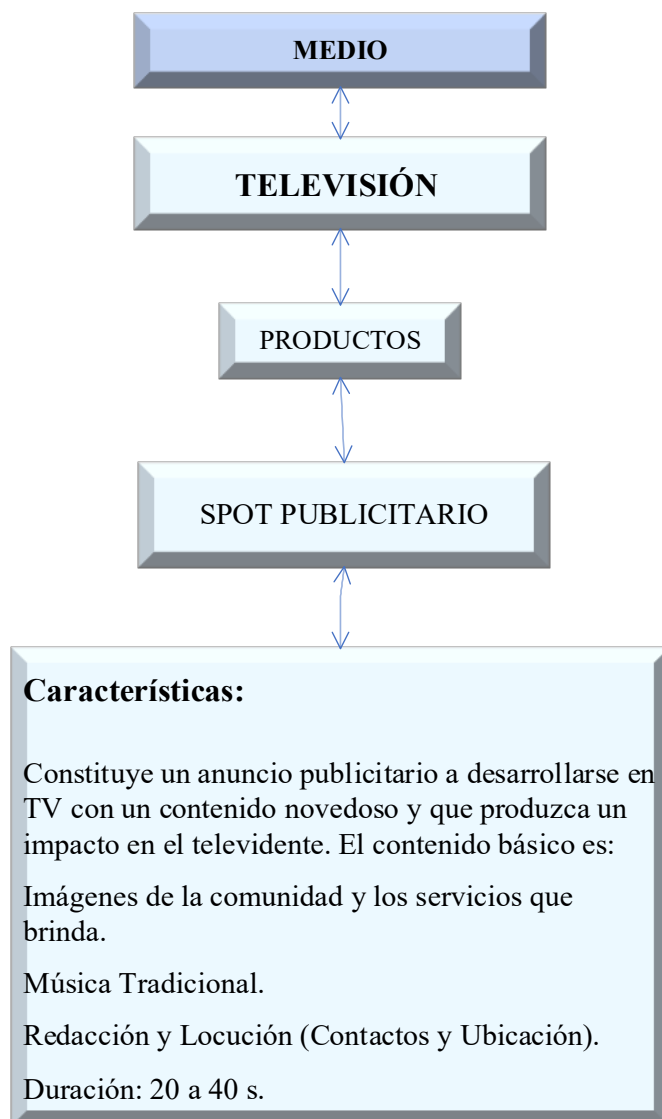


Nota: La figura describe un spot de radio como publicidad de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Fuente propia del Autor.

6.3.5.14. Televisión.

Figura 58

Medio Televisión



Nota: La figura describe el desarrollo de la comunicación por Tv como parte de la publicidad de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Fuente propia del Autor.

6.3.5.15. Spot publicitario TV.

Es una información publicitaria a desarrollarse en televisión. El anuncio debe ser novedoso con la finalidad de producir un impacto positivo en el espectador. La estructura a considerar consta de:

- Imágenes de la comunidad y los servicios que se oferta.
- Música tradicional.
- Redacción y Locución.
- Contactos y Ubicación.
- Duración: 20 a 40 s.

Figura 59

Spot TV Tupatán

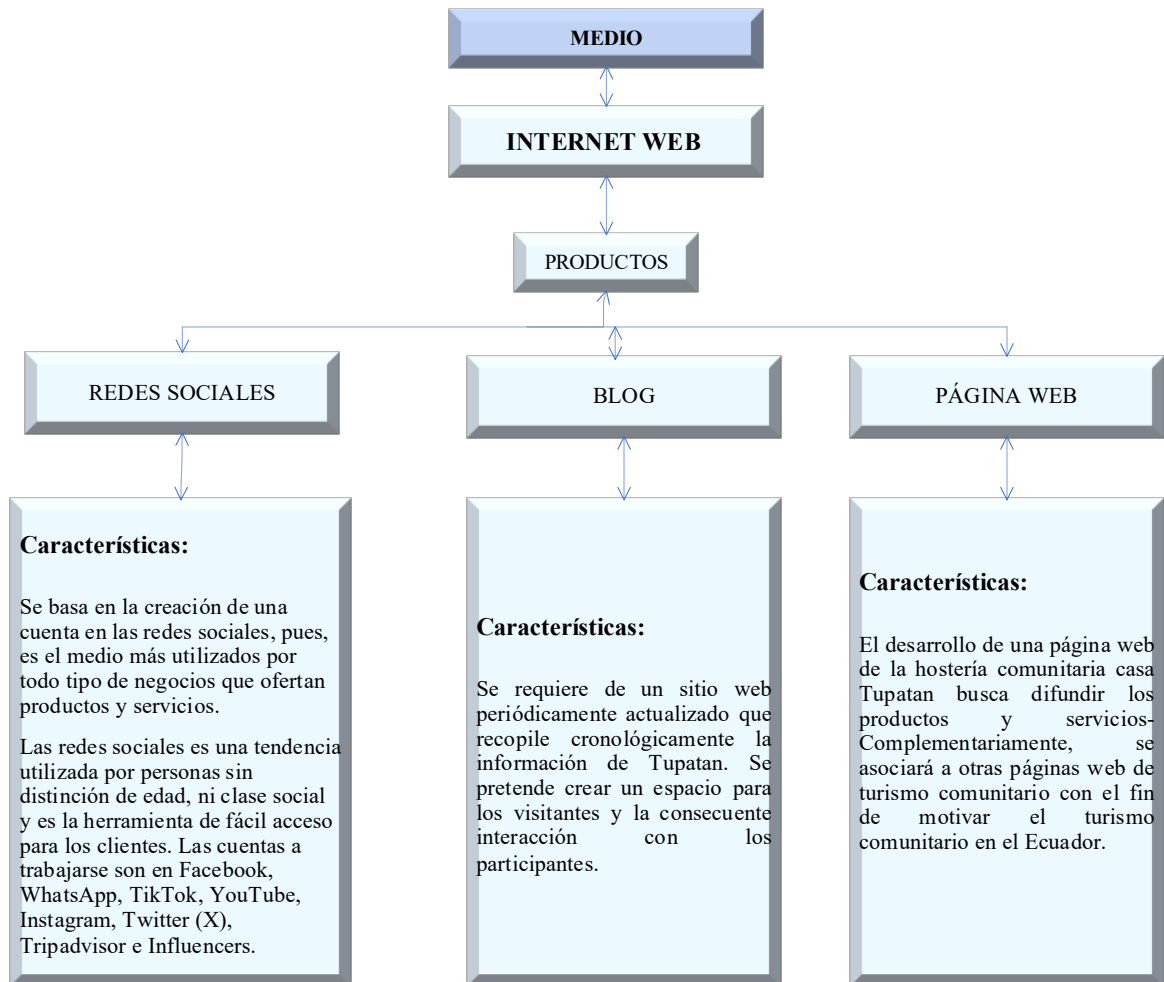


Nota: La figura describe el desarrollo de un spot de tv como la publicidad de la Hostería Comunitaria Casa Tupatán. Fuente propia del Autor.

6.3.5.16. Internet Web.

Figura 60

Internet Web



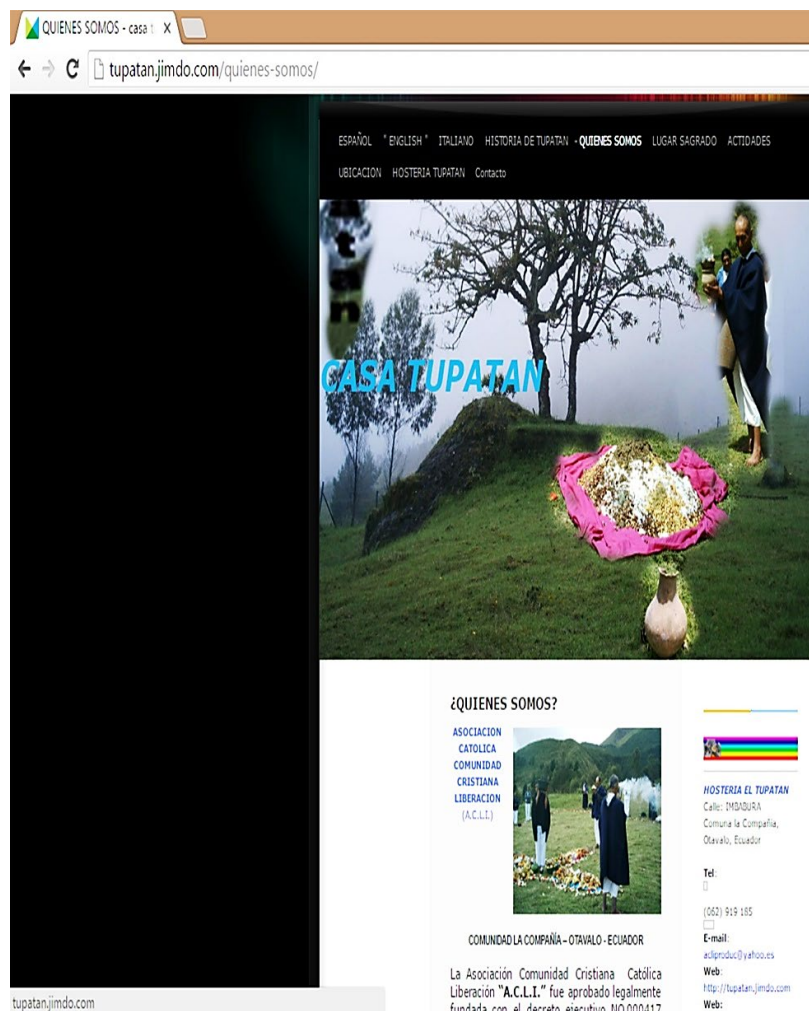
Nota: La figura describe el desarrollo del medio internet como parte de la publicidad de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Fuente propia del Autor.

6.3.5.17. Blog.

Dispone de un sitio web actualizado de manera periódica, y que recopila cronológicamente la información nativa de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Se considera como un espacio útil para el desarrollo de los comentarios y opiniones de los visitantes sobre el establecimiento; en este sentido, se considera como un espacio idóneo para el conocimiento de sugerencias y de la interacción con los participantes.

Figura 61

Blog Tupatan



Nota: La figura describe el desarrollo de un blog como publicidad de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Adaptada de Hostería Comunitaria Casa Tupatan (2023).

6.3.5.18. Redes sociales.

Se orienta a la creación de una cuenta por medio de redes sociales, lo cual, son los medios más utilizados por los diversos negocios que buscan promocionar sus productos y servicios obteniendo resultados muy positivos, la cual permite crecer como negocio, y posicionar la marca de sus empresas en el mercado que compiten; en este punto, se entiende que las redes sociales en la actualidad son las plataformas más utilizadas por los usuarios al momento de interactuar entre las empresas y las personas, ya que son de fácil acceso para la mayoría de las personas en el mundo, sin necesidad de distinguir edades, ni clases sociales.

En este ámbito, es factible promocionar en redes sociales en alianzas con creadores de contenidos digitales (Influencers) como en Facebook, WhatsApp, TikTok, YouTube, Instagram, Twitter (X), Tripadvisor, y en otras redes sociales que pueden convertirse en tendencia en la nueva era digital bajo el nombre comercial de la Hostería comunitaria Casa Tupatan o Tuparina Lodge.

Figura 62

Redes Sociales Tupatan



Facebook search bar:

Navigation icons: Home, Video, Live, Events, Friends

Profile picture:

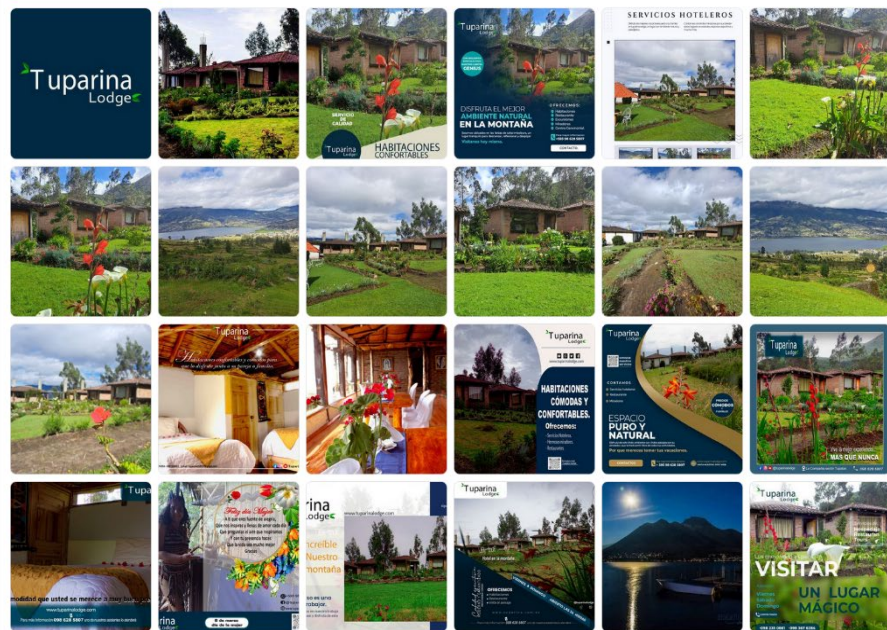
Tuparina Lodge
87 Me gusta • 113 seguidores

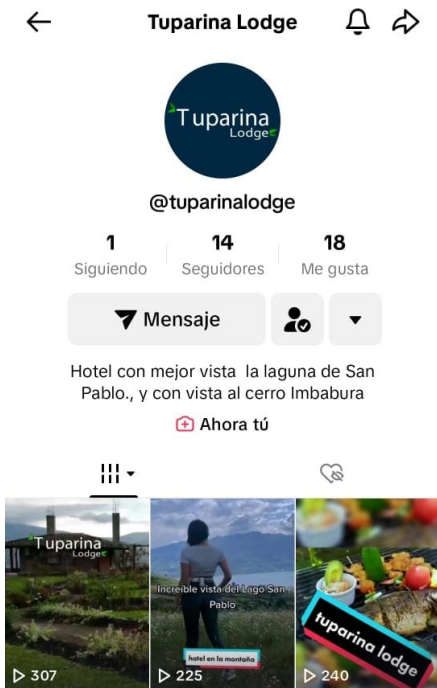
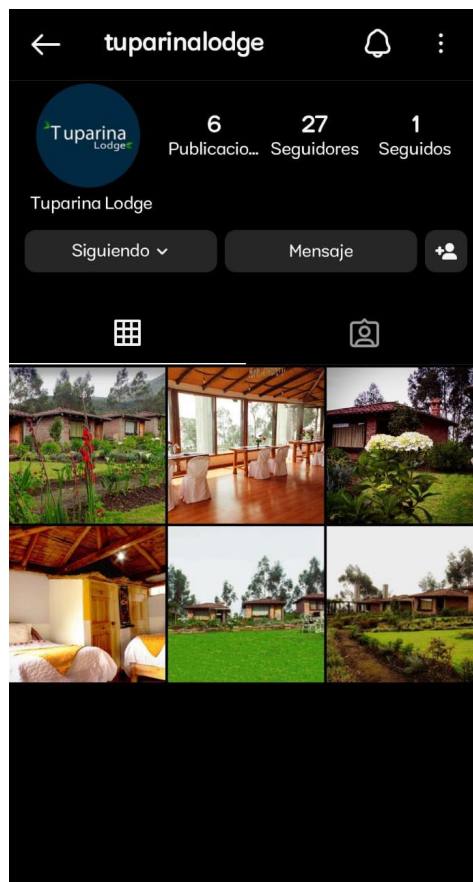
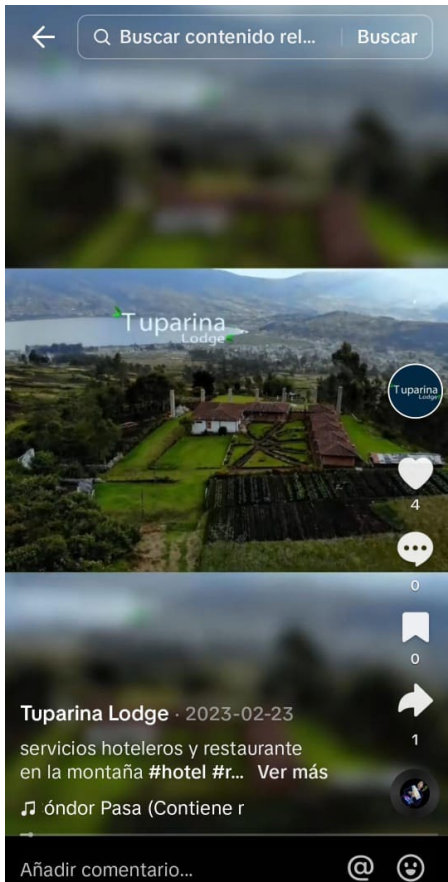
Buttons: [Reservar](#) [Mensaje](#) [Me gusta](#)

Publicaciones Información Menciones Opiniones Servicios Seguidores **Más** ...

Fotos

Fotos de Tuparina Lodge Álbumes





Nota: La figura describe el desarrollo de las redes sociales como parte de publicidad de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Adaptada de Hostería Comunitaria Casa Tupatan (2023), <https://www.facebook.com/TuparinaLoge?mibextid=ZbWKwL>

6.3.5.19. Página web.

Es recomendable el desarrollo de una página web de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan; este particular debe asociarse a páginas web de turismo comunitario a nivel nacional e internacional con el fin de motivar el turismo comunitario en el Ecuador.

Figura 63

Página Web Tupatan





Tuparina Lodge

ECUADOR / IMBABURA / OTAVALO



Opiniones

para evaluar

Localización

La Compañía San Pablo Cerro Imbabura, 100210 Otavalo, Ecuador

Mostrar Mapa

Servicios más populares

- Servicio de habitaciones
- Parking gratis

Disponibilidad

ADULTOS	NIÑOS	HABITACIONES
2	0	1
FECHA DE ENTRADA*		FECHA DE SALIDA*
25/01/2024		26/01/2024

VER DISPONIBILIDAD

Acerca de

El Tuparina Lodge se encuentra en Otavalo, a 31 km del Museo del Banco Central, y ofrece alojamiento con jardín, aparcamiento privado gratuito y restaurante. Además, tiene vistas al jardín. Las habitaciones del hotel tienen patio con vistas al lago. Las habitaciones del Tuparina Lodge tienen vistas a la montaña y baño privado con ducha y artículos de aseo gratuitos. El baño es compartido. El Tuparina Lodge sirve un desayuno continental o americano. En Otavalo y sus alrededores se pueden practicar diversas actividades, como senderismo. El aeropuerto más cercano es el aeropuerto internacional Mariscal Sucre de Ouito, ubicado a 87 km del Tuparina Lodge.

Servicios

- | | | | |
|--|---|--|--|
| Baño | Vistas | Exteriores | Zona de estar |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Papel higiénico ✓ Toallas ✓ Baño adicional ✓ Bañera o ducha ✓ Baño privado ✓ Artículos de aseo gratis ✓ Baño compartido ✓ Ducha | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Vistas a un patio interior ✓ Vistas a la montaña ✓ Vistas al jardín ✓ Vistas al lago ✓ Vistas | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Muebles de exterior ✓ Patio ✓ Jardín | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Zona de comedor ✓ Zona de estar |
| Servicios | Actividades | Cocina | Seguridad |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Salas de reuniones / banquetes de pago ✓ Servicio de habitaciones | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Parque acuático de pago ✓ Senderismo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Productos de limpieza | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Extintores |
| Comida y bebida | Idiomas que se hablan | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Menú para niños | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Español | | |

Alrededores

Bares	Restaurantes	Estaciones de tren
Chimbaloma 3,7 km	La Casa de mis Viejos 3,9 km	Estacion Ferrocarril Ibarra 15 km
DUBLIN 4,3 km	Asadero super regalón 4,6 km	Patacocha 16 km
Time 6 km	Tuparina Wasi 4,8 km	
Aeropuertos	Museos	
Aeropuerto internacional Mariscal Sucre 42 km	Museo Nacional del Banco Central del Ecuador 15 km	
Aeropuerto de San Luis 90 km		

* Las distancias reales pueden variar ya que se miden en líneas rectas.

Disponibilidad

ADULTOS	NIÑOS	HABITACIONES
2	0	1
FECHA DE ENTRADA*		FECHA DE SALIDA*
25/01/2024		26/01/2024

VER DISPONIBILIDAD

También buscado como

- Tuparina
- Tuparina Lodge La Compañía San Pablo Cerro Imbabura

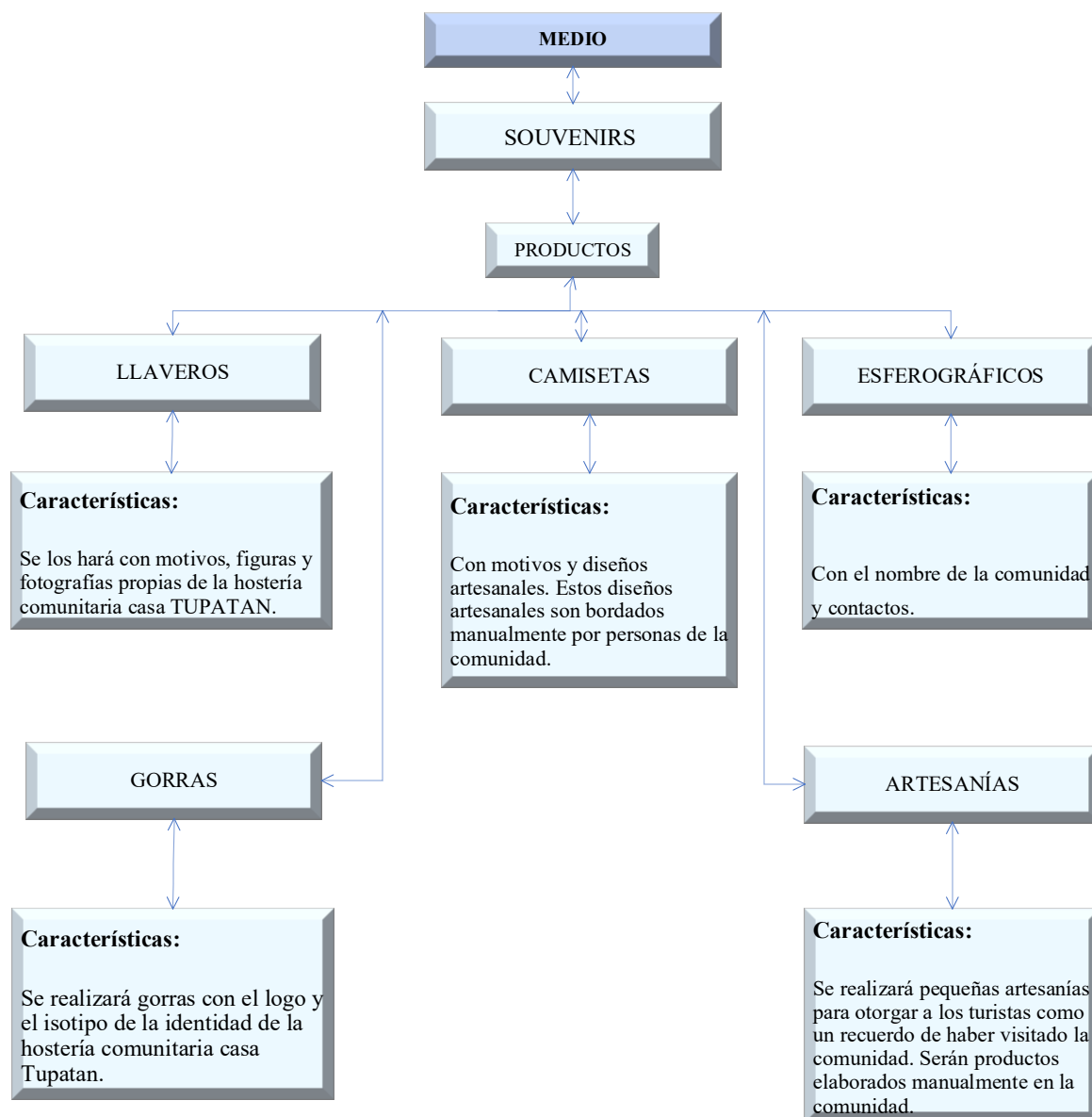
Todas las informaciones y fotos son de responsabilidad y propiedad del hotelero Tuparina Lodge.

Nota: La figura describe el desarrollo del contenido de la web de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Adaptada de Hostería Comunitaria Casa Tupatan (2023), <https://www.sniffhotels.com/ec/hotel/tuparina-lodge>

6.3.5.20. Souvenirs

Figura 64

Souvenirs



Nota: La figura describe el desarrollo de souvenirs como parte de la publicidad de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Fuente propia del Autor.

6.3.5.21. Llaveros.

Son un medio útil para la difusión de motivos, figuras y fotografías propias de la actividad económica de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.

Figura 65

Souvenirs, Llavero Tupatan



Nota: La figura describe modelos de llaveros de publicidad de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Fuente propia del Autor.

6.3.5.22. Camisetas.

Constituyen un medio para la participación de los habitantes de comunidad, tomando en cuenta su habilidad para el desarrollo de diseños artesanales y con bordados manuales.

Figura 66

Camisetas Tupatan



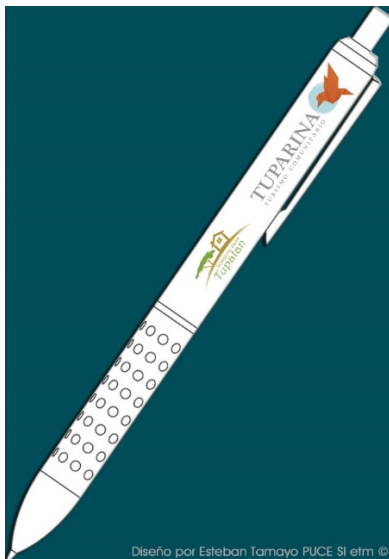
Nota: La figura describe modelos de camisetas de publicidad de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Fuente propia del Autor.

6.3.5.23. Esferográficos.

Estos elementos son factibles al ser personalizados con información relevante de la comunidad y sus medios de contacto.

Figura 67

Esferográficos Tupatan



Nota: La figura describe el modelo de un esfero de publicidad de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.
Fuente propia del Autor.

6.3.5.24. Gorras.

La entrega de gorras que presenten el logo e isotipo de la identidad de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan constituye un medio de publicidad dirigido a los turistas, con la intención de que sean utilizadas en el futuro y así promocionar el atractivo en cualquier lugar donde se encuentren.

Figura 68

Gorras Tupatan



Nota: La figura describe modelos de gorras de publicidad de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Fuente propia del Autor.

6.3.5.25. Artesanías.

La habilidad de los habitantes de la comunidad en el desarrollo de artesanías constituye un medio para fomentar la interacción entre las partes interesadas a nivel interno y externo de la Hostería. Por lo tanto, es factible promover un compromiso entre la comunidad y el establecimiento, lo cual beneficia a los turistas.

Figura 69

Elaboración de Artesanías



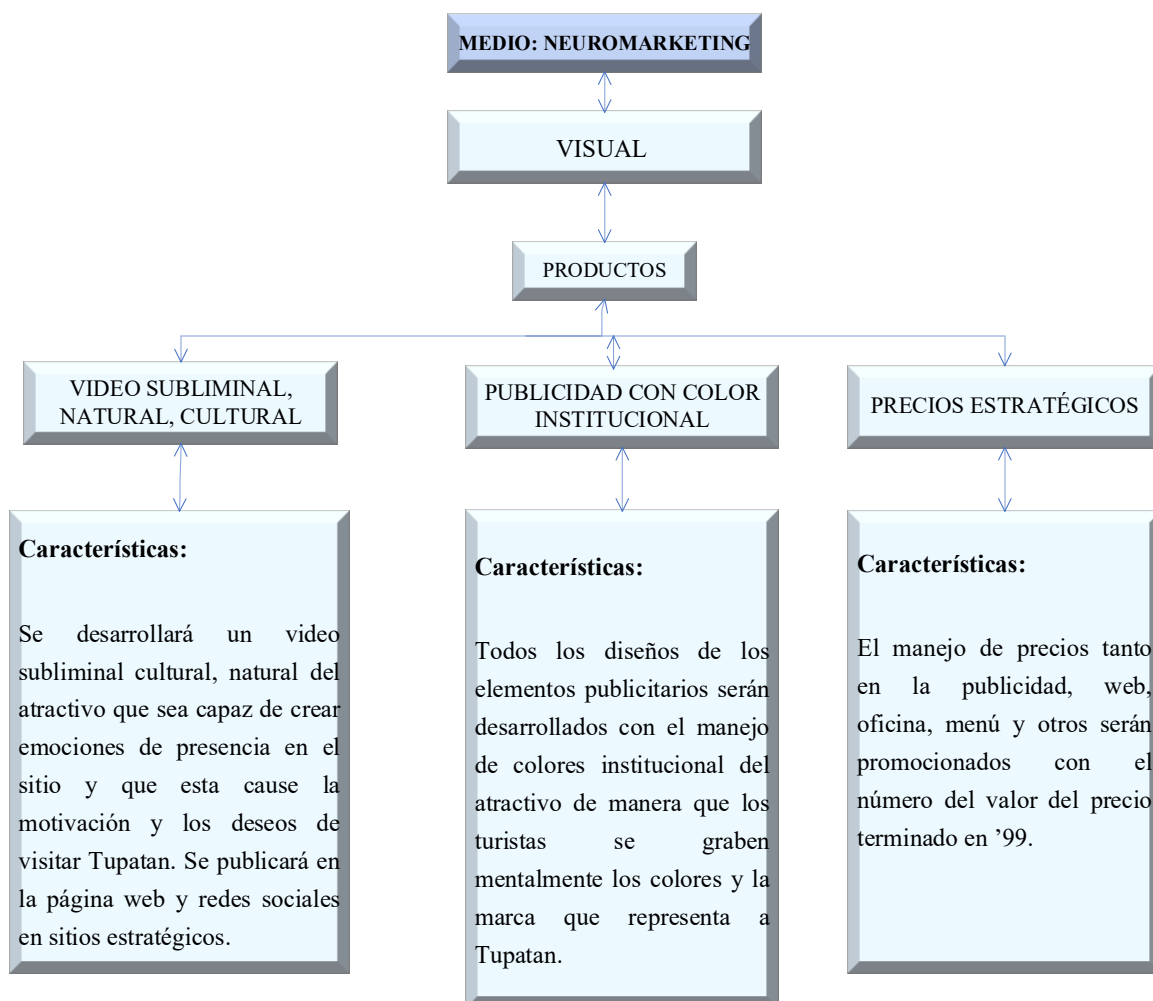
Nota: La figura describe artesanías comercializadas en el sector de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Adaptada de Creative Commons (2023), <https://www.bing.com/images/search?q=Artesanias+De+Otavalo&form=IARSLK&first=1>

6.3.6. Neuromarketing

6.3.6.1. Visual.

Figura 70

Neuromarketing Visual

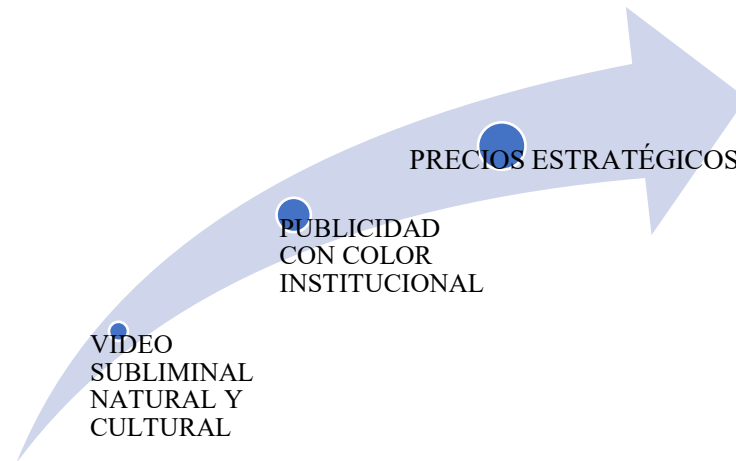


Nota: La figura describe el desarrollo del neuromarketing como parte de la publicidad de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Fuente propia del Autor.

Neuromarketing visual busca el diseño estratégico que apunta a acaparar el sentido de la vista de los clientes. En este sentido, es conocido que las imágenes llegan rápido al cerebro de la persona, y, en consecuencia, el mensaje transmitido se recibe de manera eficaz. A nivel del neuro marketing, es factible el desarrollo de:

Figura 71

Contenido Neuromarketing Visual



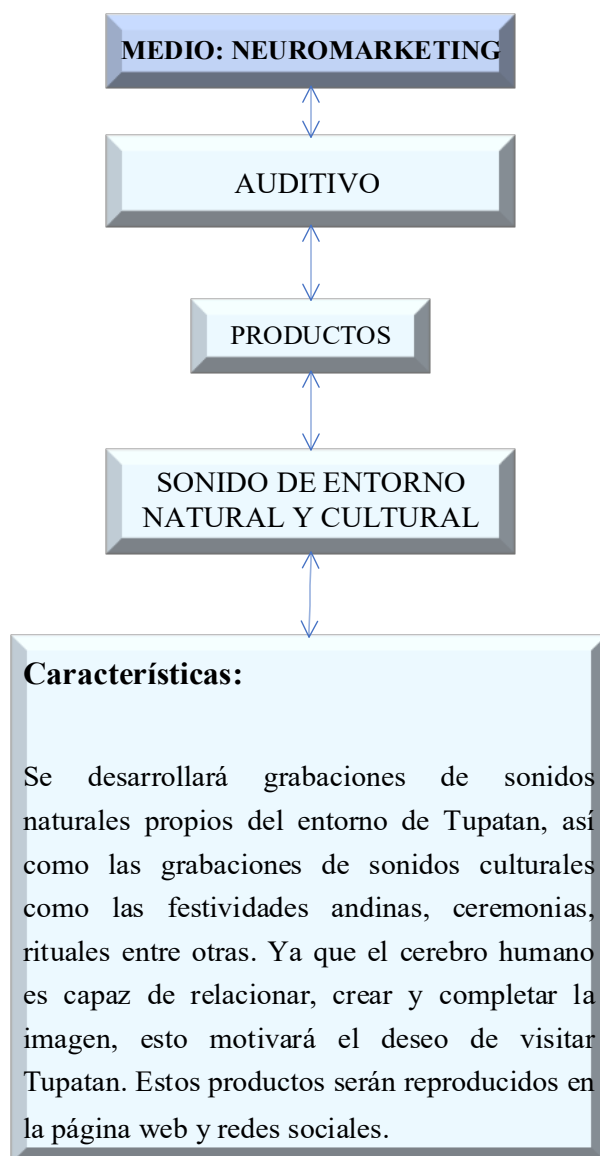
Nota: La figura describe el contenido del neuromarketing visual de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Adaptada de (Anguaya, 2021).

- **Video Subliminal Natural Cultural.** - El mencionado video es capaz de la creación de emociones inherentes al sitio con la intención de motivar la visita de los visitantes de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. El video resultante debe ser parte de la página web y de las redes sociales.
- **Publicidad con color institucional.** - Los diseños de los elementos publicitarios deben ser desarrollados en base a la presencia de los colores institucionales que son parte de la organización, de esta manera se pretende que los turistas graben en su mente los colores y la marca del establecimiento.
- **Precios estratégicos.** - El manejo de los precios del servicio que se ofrece debe ser parte de las herramientas empleadas en la publicidad, página web, entre otros; el valor inherente a la promoción debe vincularse al precio que termina en la cifra de '99.

6.3.6.2. Auditivo.

Figura 72

Neuromarketing Auditivo



Nota: La figura describe el desarrollo de la comunicación auditiva por neuromarketing como parte de la publicidad de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Fuente propia del Autor.

Esta forma de neuro marketing debe destinarse a ser parte del sentido auditivo de los individuos, de esta manera, se busca inducir el conocimiento de la percepción del mundo a través de la música y consecuentes sonidos. En este tipo de neuromarketing es factible el desarrollo de grabaciones inherentes a los sonidos naturales nativos del entorno de Tupatan,

de manera similar, la grabación de sonidos culturales asociados a las festividades andinas, ceremonias, rituales, entre otros. Lo indicado debe ser parte del contenido de la página web y de las redes sociales.

Figura 73

Contenido Neuromarketing Auditivo

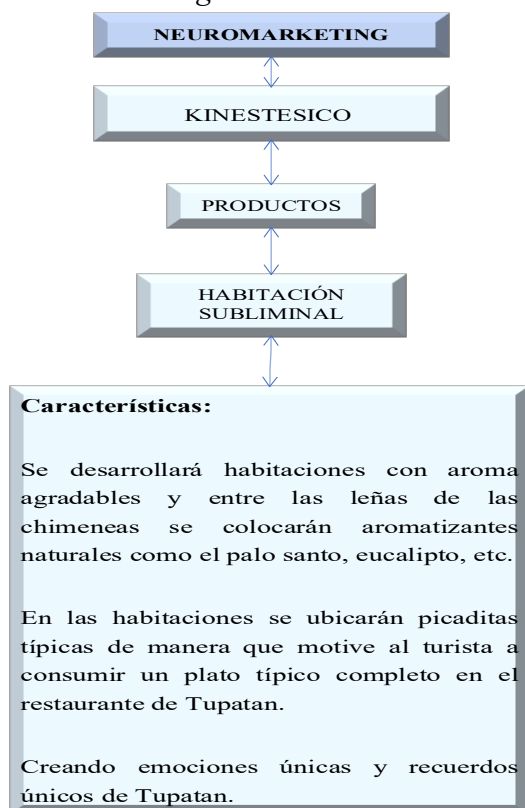


Nota: La figura describe el contenido del neuromarketing auditivo de la publicidad de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Adaptada de (Carrera, 2017).

6.3.6.3. Kinestésico.

Figura 74

Neuromarketing Kinestésico

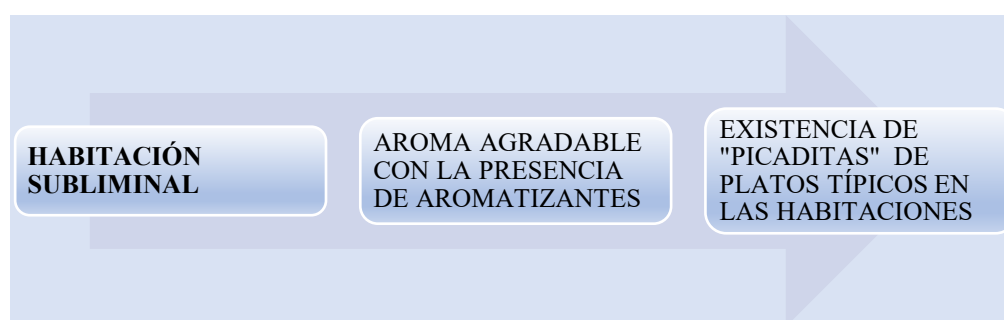


Nota: La figura describe el desarrollo de la comunicación por neuromarketing kinestésico como parte de la publicidad de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Fuente propia del Autor.

Este aspecto necesita de propuestas estratégicas enfocadas en ser parte de sentidos del tacto, gusto y olfato de los potenciales clientes. Se tiene presente que el cliente es sensible a este ámbito, por lo tanto, se consideran acciones capaces de ser un factor de decisión en una compra.

Figura 75

Contenido Neuromarketing Kinestésico.



Nota: La figura describe el desarrollo del neuromarketing kinestésico de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Adaptada de (Carrera, 2017).

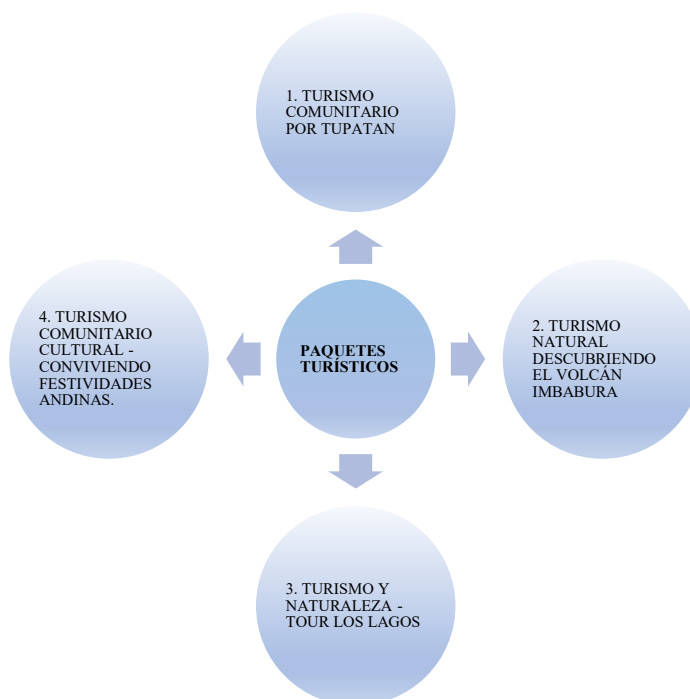
El contenido de la propuesta se orienta al incremento del número de turistas de naturaleza nacional o extranjera, de manera indirecta, este particular es un sustento para la dinamización de la economía en el sector. En el caso de los emprendimientos turísticos, un factor a trabajar es la publicidad de los atractivos relevantes de la provincia de Imbabura, por lo mismo, es necesaria la planificación de las acciones con el fin del uso efectivo de los medios de comunicación y de la tecnología actual.

6.3.7. Paquetes Turísticos

En el caso de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, es factible la implementación de estrategias de promoción basadas en la existencia de paquetes turísticos diseñados de manera técnica. Estos paquetes buscan potenciar el emprendimiento y, de manera paralela, el contexto social, natural y cultural del lugar donde se encuentra la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.

Figura 76

Paquetes Turísticos de la Hostería Comunitaria “Casa Tupatan”



Nota: La figura describe el desarrollo de paquetes turísticos de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Fuente propia del Autor.

Se establece una base de 4 paquetes turísticos, con una duración de 1 a 3 días, los cuales combinan actividades de los paquetes diarios e incluyen visitas a las ciudades de Otavalo y Cotacachi. En este ámbito, se toma en cuenta el turismo comunitario como la base principal, lo cual, se suma a los atractivos naturales (lagunas y montañas) de la provincia de Imbabura; la estructuración de los paquetes turísticos considera una capacidad máxima de 20 a 30 Pax, lo cual, es función de la capacidad de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. En el caso del cuarto paquete turístico se considera un tour especial, pues, se relaciona directamente con la cosmovisión indígena y las festividades andinas (Inti Raymi, Pawkar Raymi) de la zona andina del país.

6.3.7.1. Paquete 1: Turismo Comunitario Una Aventura por Tupatan

Descripción:

Tupatan, vincula como principal atractivo la Hostería Comunitaria Casa Tupatan y su emblemático lechero Tupatan Cruz, considerado como un sitio sagrado desde épocas inmemoriales, y que es utilizado en la celebración de rituales y ofrendas a las deidades andinas. Por otra parte, la existencia de cabañas ubicadas en un sitio privilegiado como es la mitad del ascenso al volcán, lo cual, facilita una vista panorámica del sector sur de la Provincia de Imbabura; adicionalmente, se facilita la visita a los trabajos típicos de la comunidad como es el caso del bordado de blusas típicas de la mujer indígena de Otavalo. De manera similar, la noche cultural dispone del atractivo propio del entorno natural único.

Cascada de Peguche, constituye un atractivo que dispone de una vista hermosa para los turistas que visitan el lugar, este es un atractivo referente de la Ciudad de Otavalo, y se caracteriza como un punto donde el hombre siente el contacto directo con las energías naturales del lugar gracias a la caída de agua que forma la cascada. Es considerada como una cascada sagrada para el pueblo Otavalo, y es parte de los baños de purificación en fechas especiales como el Inti Raymi.

Parque Cóndor, es un lugar que permite apreciar al majestuoso cóndor, y su vuelo por la zona sur de la Provincia de Imbabura, esta ave es considerada un emblema de los Andes y es parte de una experiencia única para los ambientalistas.

Laguna San Pablo, es una de las principales lagunas que se encuentran en la Provincia de Imbabura, y es la carta de presentación de la misma, que de manera natural da la bienvenida a los turistas que llegan desde Quito, o del sur del país, pues, es el primer atractivo en ser visualizado al ingreso a la provincia de Imbabura.

Estructuración Técnica del Paquete

Tabla 8

Paquete 1, Aventura por Tupatan

PAQUETE 1: TURISMO COMUNITARIO UNA AVENTURA POR TUPATAN			
Código: TUP001	Duración: 1 día	Carácter: Cultura y Naturaleza	Dificultad: Moderado
Idioma de Guianza: español e inglés básico		Estilo: Recorrido	
Recorrido: Comunidad La Compañía - Cascada Peguche			
Itinerario Técnico			
Día	Hora	Actividades	
1	08:00	Desayuno Hostería Comunitario Casa Tupatan	
	09:15	Salida a la comunidad de La Compañía Descenso a la comunidad por el Imbabura Caminata por el corazón de Imbabura	
	10:10	Llegada a la Comunidad La Compañía	
	10:15	Visita Elaboración de Bordados de blusa mujer indígena de Otavalo – Demostración	
	11:00	Coffee Break – Bocado Tradicional.	
	11:20	Salida a la Cascada de Peguche - Transportación en Vehículo	
	11:30	Llegada hacia la cascada de Peguche Caminata en el sendero ecológico Peguche Observación de la cascada Observación de Flora y Fauna - Fotografía	
	12:50	Salida a la comunidad de La Compañía Hostería comunitaria Casa TUPATAN - Transportación en Vehículo	
	13:30	Llegada a la Comunidad La Compañía Hostería Comunitaria Casa TUPATAN Almuerzo Plato Típico	
	14:30	Salida hacia al Parque Cóndor	
	15:00	Llegada hacia al Parque Cóndor. Recorrido guiado por el parque Observación de aves andinas Demostración de vuelo del cóndor – Fotografías.	
	16:00	Salida hacia el Lechero	
	16:05	Llegada hacia el Lechero Leyenda de Importancia ancestral del El Lechero, hermano del Lechero Tupatan vistas de un extremo a otro Observación de Paisaje - Fotografías	
	16:25	Salida hacia la Laguna San Pablo	
	16:30	Llegada a la Laguna San Pablo El Muelle Observación de la laguna	
	16:45	Salida a la Comunidad La Compañía	
	16:50	Llegada a la Comunidad La Compañía	
17:00	Visita Elaboración artesanías en totora - Demostración		
17:30	Salida hacia la Hostería Comunitaria Casa Tupatan		

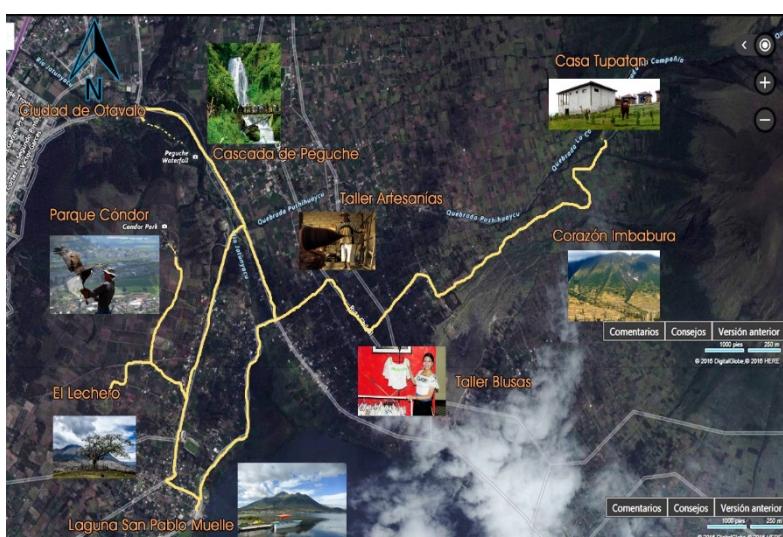
	18:00	Llegada a la Hostería Comunitaria Casa Tupatan	
	19:00	Cena	
	20:00	Noche Cultural Danza Música Fin del Tour	
Incluye		<ul style="list-style-type: none"> Entrada a los sitios turísticos. Alimentación. Guianza. Transporte. Hospedaje. 	No Incluye Comidas y bebidas extras. Lo no especificado en el programa.
Requisitos para la visita	Documentos personales para registro de visitantes, gafas, protector solar, cámara fotográfica o filmadora (Smartphone), gorra, chompa, dinero extra para gastos personales, binoculares.		
Restricciones para la visita	Equipos de sonido, armas blancas y de fuego.		
Precios	1 a 4 Pax	\$ 159,99 USD x PAX	
	5 a 9 Pax	\$ 80,99 USD	
	10 a 14 Pax	\$ 87,99 USD	
	15 a 19 Pax	\$ 84,99 USD	
	20 Pax	\$ 83,99 USD	

Nota. Fuente: Propia del Autor.

Croquis de “Una aventura por Tupatan”

Figura 77

Mapa de Ruta del Paquete 1, Aventura por Tupatan



Nota: La figura describe una Mapa de Ruta del paquete I de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Fuente propia del Autor.

Estructuración de Costos del Paquete

Tabla 9

Costo Paquete 1, Aventura por Tupatan

ESTRUCTURACIÓN DE COSTOS DEL PAQUETE 1: TURISMO COMUNITARIO UNA AVENTURA POR TUPATAN					
Duración: 1 día					
COSTOS DEL TOUR	Rangos Pax				
	1	5	10	15	20
Costos Generales del Tour (USD)					
Guía	25,00	25,00	50	50	50
Transporte	30,00	30,00	60	90	120
Intercambio Cultural	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Total, Costos Generales (1) (USD)	65,00	65,00	120,00	150,00	180,00
Costos Individuales x Pax (USD)					
Hospedaje	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Desayuno	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50
Almuerzo Plato Típico	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
Cena	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Visita taller blusas	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Visita parque cóndor	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Visita taller totora	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Artesanías	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Bocadito Tradicional	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Total, Costos Indiv. X Pax (USD)	52,50	52,50	52,50	52,50	52,50
Total, Costo Indv x # Rango Pax (USD)	52,50	262,50	525,00	787,50	1050,00
TOTALES					
Costos Generales (1)	65,00	65,00	120,00	150,00	180,00
Costos x Rango Pax	52,50	262,50	525,00	787,50	1050,00
Precio Neto x Rango Pax	117,50	327,50	645,00	937,50	1230,00
Costo Neto / Pax Indiv. (USD)	117,50	65,50	64,50	62,50	61,50
Porcentaje de Ganancia x Rango	35%	35%	35%	35%	35%
PRECIO DE VENTA POR PAX INDIV.	158,63	88,43	87,08	84,38	83,03

Nota. Fuente: Propia del Autor.

Contactos.

Hostería Comunitaria Casa TUPATAN

Teléfono: (593) 98 628 5807.

6.3.7.2. Paquete 2: Turismo Natural Descubriendo el Volcán Imbabura.

Descripción:

Volcán Imbabura o Tayta Imbabura, es considerado un volcán extinto que se encuentra en la provincia de su nombre, y que dispone de una altura que alcanza los 4.600 msnm. En la actualidad, no registra actividad volcánica, por lo mismo, sus cráteres y conos no tienen mayor variación en su estructura. El ascenso se realiza por la parte del cerro que contiene las cabañas de Tupatan, durante el ascenso se aprecia la diversidad de la flora y fauna de los bosques que rodean al volcán. La altura del volcán permite la visualización de los paisajes únicos de la provincia de Imbabura, y de las pequeñas lagunas formadas por las precipitaciones.

Estructuración Técnico del Paquete

Tabla 10

Paquete 2, Descubriendo el Volcán Imbabura

PAQUETE 2: TURISMO NATURAL DESCUBRIENDO EL VOLCÁN IMBABURA			
Código: TUP002	Duración: 1 día	Carácter: Naturaleza	Dificultad: Dificil Moderado
Idioma de Guianza: español e inglés básico		Estilo: Trekking	
Recorrido: Cerro Imbabura			
Itinerario Técnico			
Día	Hora	Actividades	
1	08:00	Desayuno Hostería Comunitario Casa Tupatan	
	09:15	Salida de la Hostería Comunitario Casa Tupatan Charla de recomendaciones al ascenso. Inicio del ascenso al Imbabura Durante el Trekking explicación de flora y fauna y leyendas del Imbabura.	
	10:30	Coffe Break – Bocado Tradicional. Receso	
	11:00	Reanudación del ascenso Durante el Trekking explicación de flora y fauna y leyendas del Imbabura.	
	13:00	Llegada a la cima del cerro Imbabura en ascenso.	
	13:10	Box Lunch.	

	14:00	Receso Observación de Flora y Fauna, entorno natural formación de lagunillas. Fotografía	
	14:30	Inicio del descenso a la Hostería Comunitario Casa Tupatan	
	16:30	Receso Alimentación pequeños souvenirs	
	16:15	Reanudación del descenso	
	18:00	Llegada a la Hostería Comunitario Casa Tupatan	
	19:00	Cena	
	20:00	Noche Cultural Danza Música Fin del Tour	
Incluye		<ul style="list-style-type: none"> Alimentación. Guianza. Hospedaje. 	No Incluye Comidas y bebidas extras. Lo no especificado en el programa.
Requisitos para la visita	Ropa Abrigada, Chompa rompevientos, poncho de agua, gafas, protector solar, cámara fotográfica o filmadora (Smartphone), gorra, funda plástica para basura, binoculares.		
Restricciones para la visita	Equipos de sonido, armas blancas y de fuego.		
Precios	1 a 4 Pax	\$ 92,99 USD	X PAX
	5 a 9 Pax	\$ 54,99 USD	
	10 a 14 Pax	\$ 53,99 USD	
	15 a 19 Pax	\$ 51,99 USD	
	20 Pax	\$ 49,99 USD	

Nota. Fuente: Propia del Autor.

Croquis de “Descubriendo el Volcán Imbabura”.

Figura 78

Ruta Paquete 2, “Descubriendo el Volcán Imbabura”



Nota: La figura describe la Ruta del Paquete 2 de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Fuente propia del Autor.

Estructuración de Costos del Paquete

Tabla 11

Costo Paquete 2, “Descubriendo el Volcán Imbabura”

ESTRUCTURACIÓN DE COSTOS DEL PAQUETE 2: TURISMO NATURAL DESCUBRIENDO EL VOLCÁN IMBABURA					
Duración: 1 día					
Costos del Tour (USD)	Rangos Paxs				
	1	5	10	15	20
Costos Generales del Tour (USD)					
Guía	25,00	25,00	50	50	50
Intercambio Cultural	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Total, Costos Generales (1)	35,00	35,00	60,00	60,00	60,00
Costos Individuales x Pax					
Hospedaje	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Desayuno	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50
Box Lunch	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Cena	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Alimentación Souvenirs	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Bocadito Tradicional	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Total, Costos Indiv. X Pax (USD)	33,50	33,50	33,50	33,50	33,50
Total, Costo Indv x # Rango Paxs (USD)	33,50	167,50	335,00	502,50	670,00
Totales (USD)					
Costos Grales (1)	35,00	35,00	60,00	60,00	60,00
Costos x Rango Paxs	33,50	167,50	335,00	502,50	670,00
Precio Neto x Rango Paxs (USD)	68,50	202,50	395,00	562,50	730,00
Costo Neto / paxs (USD)	68,50	40,50	39,50	37,50	36,50
Porcentaje de Ganancia x Rango	35%	35%	35%	35%	35%
Precio de Venta por Pax Indiv. (USD)	92,48	54,68	53,33	50,63	49,28

Nota. Fuente: Propia del Autor.

Contactos.

Hostería Comunitaria Casa TUPATAN

Teléfono: (593) 98 628 5807.

6.3.7.3. Paquete 3: Turismo y Naturaleza Tour los Lagos.

Descripción:

Es un tour que vincula a las lagunas San Pablo, Mojanda y Cuicocha como los principales atractivos turísticos de Imbabura. Adicionalmente, se ubica un Citytour básico a desarrollarse en las ciudades de Otavalo y Cotacachi.

San Pablo, constituye una laguna ubicada en los 2.670 msnm, y es parte de un ecosistema que agrupa especies representativas como es el caso de las garzas, patos, anfibios y diversas plantas acuáticas.

Mojanda, la mayor de las lagunas se denomina como “Caricocha” (laguna varón) y constituye el antiguo cráter, el cual, se encuentra inactivo desde edades geológicas no determinadas. Se ubica a los 3.710 msnm, dispone de 3373 metros de longitud, 2.520 metros de ancho y una profundidad de 86 metros. En su interior es factible la pesca deportiva de las truchas. El cráter tiene como guardianes a 3 cumbres identificadas como: el Fuya Fuya a 4294 mts., el Colocar de 4.145 mts., y el Yanahurcu de 4.272 mts. Adicionalmente, existe la laguna de Yanacocha cuyas dimensiones son menores a la laguna mayor, sin embargo, dispone de una vista hermosa y natural.

Cuicocha, conocida como la laguna de los Dioses o “Tsui – Cocha” y es de origen cratérico. La particularidad de esta laguna es que en su centro se ubican dos islotes que llevan el nombre de Teodoro Wolf y José María Yerovi, y se encuentran separados por el "Canal del Ensueño". Las mencionadas islas son el producto de pequeñas erupciones resultantes de una erupción principal. Esta laguna es reconocida de manera internacional debido a la composición de sus islotes en el centro de la laguna justo en el cráter del volcán activo Cotacachi – Cuicocha.

Estructuración Técnico del Paquete.

Tabla 12

Paquete 3, Tour Los Lagos

PAQUETE 3: TURISMO Y NATURALEZA - TOUR LOS LAGOS			
Código: TUP003	Duración: 1 día	Carácter: Cultura y Naturaleza	Dificultad: Moderado
Idioma de Guianza: español e inglés básico		Estilo: Recorrido	
Recorrido: Comunidad La Compañía - Cascada Peguche			
Itinerario Técnico			
Día	Hora	Actividades	
1	08:00	Desayuno Hostería Comunitario Casa Tupatan	
	09:00	Salida a la Laguna San Pablo	
	09:30	Llegada al parque acuático Araque – Laguna San Pablo Observación de flora y fauna Charla de Leyendas y mitos de la laguna Fotografías.	
	10:00	Salida a la Laguna Mojanda	
	10:45	Llegada hacia la Laguna de Mojanda Observación CARICOCHA - Mojanda, la laguna mayor. Observación flora y fauna Charla leyendas y mitos de la laguna Fotografías.	
	11:05	Salida a la laguna menor Yanacocha - Mojanda	
	11:10	Llegada hacia Yanacocha - Mojanda Observación flora y fauna Charla leyendas y mitos de la laguna Fotografías.	
	11:25	Coffee Break – Bocado Tradicional	
	11:30	Salida a la Ciudad de Otavalo.	
	12:00	Llegada a la Ciudad de Otavalo. Visita y compras en la Plaza de los Ponchos. Recorrido calles principales de Otavalo e Iglesias.	
	13:20	Salida hacia a la ciudad de Cotacachi.	
	13:30	Llegada hacia la ciudad de Cotacachi. Recorrido por la calle principal observación y compras de artículos de cuero.	
	14:00	Almuerzo Menú del día Restaurante El Leñador	
	15:00	Salida hacia la Laguna Cuicocha.	
15:30	Llegada a la Laguna Cuicocha. Observación Flora y Fauna Charla leyendas y mitos de la Laguna. Paseo en lancha. Visita Centro de Interpretación. Caminata desde centro de interpretación hacia el mirador. Fotografías.		

	17:30	Salida a la hostería Comunitaria Casa Tupatan	
	18:30	Llegada a la hostería Comunitaria Casa Tupatan	
	19:00	Cena	
	20:00	Noche Cultural Danza Música Fin del Tour	
Incluye		<ul style="list-style-type: none"> • Entrada a los sitios turísticos. • Alimentación. • Guianza. • Transporte. • Hospedaje. 	No Incluye Comidas y bebidas extras. Lo no especificado en el programa.
Requisitos para la visita	Documentos personales para registro de visitantes, gafas, protector solar, cámara fotográfica o filmadora (Smartphone), gorra, chompa, dinero extra para gastos personales, binoculares.		
Restricciones para la visita	Equipos de sonido, armas blancas y de fuego.		
Precios	1 a 4 Pax	\$ 164,99 USD	
	5 a 9 Pax	\$ 81,99 USD	
	10 a 14 Pax	\$ 79,99 USD	
	15 a 19 Pax	\$ 76,99 USD	
	20 Pax	\$ 75,99 USD	

Nota. Fuente: Propia del Autor.

Croquis de “Tour Los Lagos”

Figura 79

Ruta Paquete 3, Tour Los Lagos



Nota: La figura describe la Ruta del Paquete 3, de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Fuente propia del Autor.

Estructuración de Costos del Paquete

Tabla 13

Costo Paquete 3, Tour Los Lagos

ESTRUCTURACIÓN DE COSTOS DEL PAQUETE 3: TURISMO Y NATURALEZA - TOUR LOS LAGOS					
Duración: 1 día					
Costos del Tour	Rangos Paxs				
	1	5	10	15	20
Costos Generales del Tour (USD)					
Guía	25,00	25,00	50	50	50
Transporte	40,00	40,00	80,00	120,00	160,00
Intercambio Cultural	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Total, Costos Generales (1) (USD)	75,00	75,00	140,00	180,00	220,00
Costos Individuales x Pax					
Hospedaje	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Desayuno	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50
Almuerzo Menú del día El Leñador	10,00	8,00	8,00	8,00	8,00
Cena	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Entrada Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas Cuicocha	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Paseo en lancha	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Bocadito Tradicional	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Total, Costos Indiv. X Pax (USD)	46,50	44,50	44,50	44,50	44,50
Total, Costo Indv x # Rango Paxs (USD)	46,50	222,50	445,00	667,50	890,00
Totales (USD)					
Costos Grales (1)	75,00	75,00	140,00	180,00	220,00
Costos x Rango Paxs	46,50	222,50	445,00	667,50	890,00
Precio Neto x Rango Paxs (USD)	121,50	297,50	585,00	847,50	1110,00
Costo Neto / paxs (USD)	121,50	59,50	58,50	56,50	55,50
Porcentaje de Ganancia x Rango	35%	35%	35%	35%	35%
Precio de Venta por Pax Indiv. (USD)	164,03	80,33	78,98	76,28	74,93

Nota. Fuente: Propia del Autor.

Contactos.

Hostería Comunitaria Casa TUPATAN

Teléfono: (593) 98 628 5807.

6.3.7.4. Paquete 4: Turismo Cultural Conviviendo Festividades Andinas.

Descripción:

Es un tour de naturaleza cultural, y a desarrollarse dentro de las festividades de cosmovisión indígena siendo la principal el denominado Pawkar Raymi (Fiesta del Florecimiento) e Inti Raymi (Fiesta del Sol), los cuales, coinciden en los solsticios y equinoccios del sol del 21 de Marzo, (Pawkar Raymi) y 21 de Junio, (Inti Raymi); estas son fechas de conmemoración de hace siglos desarrolladas en primer lugar por los Incas y en la actualidad por el pueblo quichua Otavalos, y es parte de las celebraciones de la región andina, por parte de la población indígena de Ecuador, Perú y Bolivia.

Durante las festividades, se realizan ofrendas a la Pachamama (Madre Tierra) y a Taita Inti (Padre Sol) como agradecimiento por las cosechas, siendo el maíz el fruto principal. El pueblo celebra en varios sitios sagrados de su comunidad, es decir, cada pueblo tiene su sitio sagrado para la celebración de estas festividades; en el caso de la Comunidad de “La Compañía” este particular no es la excepción, siendo su sitio sagrado Tupatan Cruz, el cual, es un Lechero ubicado en un lugar privilegiado de paisajes naturales y en la cual está la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.

Las principales actividades que forman parte de estas fiestas incluyen baños rituales, participación en ceremonias de purificación, entrega de ofrendas al Inti y a la Pachamama, así como la participación en la famosa danza o baile del Inti Raymi en las casas de la comunidad, entre otras.

Estructuración Técnico del Paquete

Tabla 14

Paquete 4, “Conviviendo las Festividades Andinas”

PAQUETE 4: TURISMO COMUNITARIO CULTURAL - CONVIVIENDO FESTIVIDADES ANDINAS.			
Código: TUP004	Duración: 1 día	Carácter: Cultural	Dificultad: Fácil
Idioma de Guianza: español e inglés básico		Estilo: Convivencia	
Recorrido: Comunidad La Compañía			
Itinerario Técnico			
Día	Hora	Actividades	
1	09:00	Desayuno Hostería Comunitario Casa Tupatan	
	10:00	Salida de la Hostería Comunitario Casa Tupatan a la comunidad de La Compañía Descenso a la comunidad por el Imbabura Caminata por el corazón de Imbabura	
	11:00	Llegada a la Comunidad La Compañía.	
	11:05	Coffee Break – Bocado Tradicional. Receso	
	11:20	Cosecha del maíz con los comuneros de la compañía.	
	12:00	Participación en la realización de la bebida ancestral de la Chicha.	
	12:45	Participación en la realización del “Mote” a base del maíz.	
	13:15	Salida de la Hostería Comunitario Casa Tupatan en transporte vehicular	
	13:40	Llegada a la Hostería Comunitario Casa Tupatan	
	13:45	Almuerzo Plato Típico	
	15:00	Participación junto con los comuneros de la compañía en el Acto de ceremonia de Entrega de ofrendas al Inti Taita y a la Pachamama en Tupatan Cruz árbol lechero mítico junto a la Hostería Casa Tupatan.	
	16:00	Receso Preparación para el Baño Ritual en Tupatan Cruz.	
	16:15	Participación junto a los comuneros en el Harmay Chishi o baño ritual energético.	
	17:00	Participación en la ceremonia de purificación con Yachak (Shaman)	
	17:45	Coffee Break – Bocado Tradicional.	
	18:00	Salida de la Hostería Comunitario Casa Tupatan	
	18:15	Llegada a la comunidad de la compañía	
	18:20	Participación en la danza o baile de Inti Raymi en las casas de los comuneros de la compañía.	
	19:45	Salida de la Hostería Comunitario Casa Tupatan en transporte vehicular	
	20:00	Llegada hacia Hostería Comunitario Casa Tupatan Cena Fin del Tour.	

Incluye	<ul style="list-style-type: none"> • Alimentación. • Guianza. • Transporte. • Hospedaje. 	No Incluye	Comidas y bebidas extras. Lo no especificado en el programa.
Requisitos para la visita	Ropa Abrigada, Chompa rompevientos, gafas, protector solar, cámara fotográfica o filmadora (Smartphone), gorra, binoculares.		
Restricciones para la visita	Equipos de sonido, armas blancas y de fuego.		
Precios	1 a 4 Pax	\$ 151,99 USD	
	5 a 9 Pax	\$ 103,99 USD	
	10 a 14 Pax	\$ 101,99 USD	
	15 a 19 Pax	\$ 99,99 USD	
	20 Pax	\$ 98,99 USD	

Nota. Fuente: Propia del Autor.

Croquis de “Conviviendo Festividades Andinas”

Figura 80

Ruta Paquete 4, Conviviendo las Festividades Andinas



Nota: La figura describe la Ruta del Paquete 4 de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan. Fuente propia del Autor.

Estructuración de Costos del Paquete

Tabla 15

Costo de Paquete 4, “Conviviendo las Festividades Andinas”

ESTRUCTURACIÓN DE COSTOS DEL PAQUETE 4: TURISMO COMUNITARIO CULTURAL - CONVIVIENDO FESTIVIDADES ANDINAS.					
Duración: 1 día					
Costos del Tour	Rangos Paxs				
	1	5	10	15	20
Costos Generales del Tour (USD)					
Guía	20,00	20,00	40	40	40
Transporte	15,00	15,00	30	45	60
Intercambio Cultural	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Total, Costos Generales (1)	45,00	45,00	80,00	95,00	110,00
Costos Individuales x Pax (USD)					
Hospedaje	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Desayuno	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50
Almuerzo Plato Típico	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
Cena	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Participación en cosecha	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Participación elaboración chicha	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Participación elaboración Mote	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Participación en Baño Ritual	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Participación en Ceremonia	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Bocadito Tradicional X 2	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
Total, Costos Indiv. X Pax (USD)	67,50	67,50	67,50	67,50	67,50
Total, Costo x Rango Paxs (USD)	67,50	337,50	675,00	1012,50	1350,00
Totales					
Costos General (1)	45,00	45,00	80,00	95,00	110,00
Costos x Rango Paxs	67,50	337,50	675,00	1012,50	1350,00
Precio Neto x Rango Paxs (USD)	112,50	382,50	755,00	1107,50	1460,00
Costo Neto x paxs (USD)	112,50	76,50	75,50	73,83	73,00
Porcentaje de Ganancia x Rango	35%	35%	35%	35%	35%
Precio de Venta por Pax Indiv. (USD)	151,88	103,28	101,93	99,68	98,55

Nota. Fuente: Propia del Autor.

Contactos.

Hostería Comunitaria Casa TUPATAN

Teléfono: (593) 62 919 185.

7. CONCLUSIONES

A continuación, un balance final de la investigación es decir una serie de conclusiones que representan los resultados de la investigación en una forma lógica y concisa.

- En el estado de arte se encontró, temas nuevos que eran necesarios conocer para desarrollar la investigación, temas como, marketing turístico y planeación turística, de esta manera poder determinar las mejores estrategias de promoción del turismo, para que el atractivo y el emprendimiento turístico tenga éxito en sus gestiones.
- A través del diagnóstico, se encontró que el atractivo turístico hostería comunitaria casa Tupatan gracias a su ubicación geográfica y su riqueza natural, conjuntamente con la cultura, costumbre y tradiciones que envuelve su pueblo, la comunidad de la Compañía es un potencial turístico que motiva a la realización de desarrollar proyectos turísticos, considerando concienciar a los involucrados sobre el manejo sostenible y sustentable de los recursos turístico, pero que esta, lastimosamente no es bien promocionada.
- Otra de los problemas que se suscita es la vía de acceso, ya que se encuentra en mal estado, que le hace de acceso difícil hacia el atractivo, para solucionar esta problemática, se está realizando gestiones con las entidades públicas para su apoyo y solución.
- El diseño de estrategias de promoción para la Hostería Comunitaria Casa Tupatan en la comunidad de la compañía en el Cantón Otavalo, ha sido creado estratégicamente para fortalecer el emprendimiento, tomando en cuenta al turismo como eje de desarrollo para la comunidad y para quienes participan en ella. Se basa en propuestas innovadoras para promover el atractivo, con el fin de captar la atención y atraer tanto a turistas nacionales como internacionales. La combinación de nuevas tecnologías con los medios de comunicación permitirá que el atractivo tenga una excelente promoción y publicidad.
- Como parte de la estrategia de promoción, se estructuraron 4 nuevos paquetes turísticos, que incluye los atractivos más sobresalientes del cantón y de la provincia, como es el caso del denominado tour de los lagos – Naturaleza; así como también un paquete

especial relacionada directamente con las festividades andinas como el Inti Raymi, la cual es muy celebrada por el pueblo Otavalo. Estos paquetes han sido estructurados estratégicamente, cada uno con su respectivo itinerario, y el análisis de costos; que al incluir varios atractivos permite un beneficio colectivo para los sectores involucrados.

- El efecto en el atractivo resultado de esta investigación y de la propuesta establecida es de incidencia positiva, ya que permitirá crecer al atractivo en los ámbitos sociales, culturales, educativos, ambientales y económicos. Con el enfoque de un buen manejo sostenible y sustentable de los recursos.
- La investigación que se realizó en la hostería comunitarias casa Tupatan tuvo una buena acogida por las partes, y la buena voluntad de los mismos, toda la información requerida durante el proceso fue brindadas satisfactoriamente.

8. RECOMENDACIONES

A continuación, se presentan una serie de recomendaciones que presentan sugerencias, y que son apoyados en los resultados de la investigación que fueron expresados en las conclusiones, por lo tanto, se ha tratado de que a cada conclusión se plantea recomendaciones.

- Poner en práctica los temas que se trataron en el marco teórico que son vitales para el conocimiento del turismo y en si del turismo comunitario.
- Se debe aplicar las nuevas estrategias planteadas en la Matriz FODA para mejorar las debilidades y amenazas, sobre todo en las vías de acceso, y seguir en las gestiones con las entidades públicas para dar solución a lo mencionado.
- Iniciar con la ejecución de los diseños de estrategias de promoción estructuradas para el atractivo turístico hostería comunitaria casa Tupatan ubicado en la comunidad de La Compañía del cantón Otavalo, aplicar cada uno de las estrategias creadas y seguir promocionando constantemente.
- Iniciar con la ejecución de los paquetes turísticos estructurados con su respectivo itinerario técnico y el análisis de costos, así promocionar más y aumentar las ventas, además especializarse en los tours propuestos; y generar mayores ingresos para la comunidad.
- Cuando las propuestas definidas en el presente trabajo se encuentren operando, y que estas generen efectos positivos, se debe realizar la gestión del buen manejo con el enfoque de desarrollo sostenible y sustentable.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 2Spacios. (03 de Agosto de 2015). *2Spacios Comunicación Creativa*. Retrieved 09 de Julio de 2020, from <https://www.2spacios.com/noticias/la-importancia-del-plan-de-marketing>
- Anguaya, L. (2021). Estrategia de turismo comunitario sostenible para el desarrollo local. Comunidad San Miguel Bajo, Otavalo, Ecuador. *Ecociencia*, 57-79. <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/498>
- Bertonatti, C., Iriani, Ó., & Castelli, L. (2010). Los centros de interpretación como herramientas de conservación y de desarrollo. *Boletín de Interpretación*(23), 21-27. <https://boletin.interpretaciondelpatrimonio.com/index.php/boletin/article/view/253/253>
- Borja, D., & Borja, L. (2021). *repositorio.espe.edu.ec*. (ESPE, Editor) Turismo Comunitario como eje de desarrollo local: comunidad de Huaycopungo en la parroquia San Rafael cantón Otavalo: <https://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/24083>
- Caiza, R. C., & Aguirre, G. C. (2020). *Ciclo de vida del producto turístico ciudad Mitad del Mundo en la parroquia de San Antonio de Pichincha*. Universidad Central del Ecuador : <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/22758>
- Cañizares, M. d. (2020). *Procesos y retos en torno al patrimonio y a los paisajes culturales: Una reflexión teórica desde la geografía española*. Rev. geogr. Norte Gd. no.76 : https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-34022020000200189&script=sci_arttext&tlng=e
- Carrera, G. (2017). *Propuesta metodológica para la documentación y gestión del patrimonio cultural inmaterial como estrategia de desarrollo social y territorial*. Universidad de Sevilla: <https://idus.us.es/handle/11441/34477>
- Castro, S. (2020). *Elementos característicos de la imagen urbana de la ciudad de acapulco, guerrero y su valor arquitectónico – patrimonial orientado hacia el fomento del desarrollo turístico: caso zona centro*. Universidad Autónoma del Estado de Morelos: <http://riaa.uaem.mx/handle/20.500.12055/1146>

- CIMEC. (2022). *cimec.es*. Métodos de Investigación: <https://www.cimec.es/metodo-investigacion/>
- Consejo Nacional de Planificación. (2021). *iste.edu.ec*. Plan Nacional de Desarrollo 2021-2025.: [https://www.iste.edu.ec/wp-content/uploads/2022/08/PLAN-NACIONAL-DE-DESARROLLO-2021-2025.pdf#:~:text=El%20Plan%20de%20Creaci%C3%B3n%20de%20Oportunidades%202021-2025%20recoge,Econ%C3%B3mico%2C%20Social%2C%20Seguridad%20Integral%2C%20Transici%C3%B3n%20Ecol%](https://www.iste.edu.ec/wp-content/uploads/2022/08/PLAN-NACIONAL-DE-DESARROLLO-2021-2025.pdf#:~:text=El%20Plan%20de%20Creaci%C3%B3n%20de%20Oportunidades%202021-2025%20recoge,Econ%C3%B3mico%2C%20Social%2C%20Seguridad%20Integral%2C%20Transici%C3%B3n%20Ecol%20)
- Creative Commons. (2023). *bing.com*. Artesanías de Otavalo: <https://www.bing.com/images/search?q=Artesanias+De+Otavalo&form=IARSLK&first=1>
- CRESPIAL. (2021). *¿Qué Es El Patrimonio Cultural Inmaterial?* UNESCO: <http://crespial.org/que-es-el-patrimonio-cultural-inmaterial/>
- Cruz, G. (2005). *ResearchGate*. Retrieved 31 de Julio de 2020, from Estrategias de marketing para hoteles de Curitiba: https://www.researchgate.net/publication/39542288_Promocion_de_destinos_turisticos_en_la_Web_estrategias_e_indicadores_para_destinos_turisticos_brasilenos
- Cuervo, A. (2019). *tesis.ipn.mx*. (I. P. Nacional, Editor) Turismo comunitario como estrategia par defensa del teriitorio y del buen vivir: https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/29540/Tesis_Cuervo%20Tinjac%C3%A1%20Ang%C3%A9lica_MAIT_EST_IPN.pdf
- Deza, N. (2020). EL CENTRO DE INTERPRETACIÓN DEL CENTRO HISTÓRICO DE LIMA. ALCANCES Y PROYECCIÓN. *Turismo y Patrimonio*, 31-36. <http://ojs.revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/204/164>
- Echeverría, G. O. (2019). *Aprovechamiento del patrimonio cultural de la parroquia San Pablo del Lago, Imbabura - Ecuador en las actividades turísticas*. Universidad Técnica del Norte : <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/9287>

- Ecuador Ama La Vida*. (04 de Agosto de 2011). Retrieved 30 de Mayo de 2012, from <http://www.ecuador.travel/espanol/acerca-de-ecuador/ecuador-ubicacion-y-geografia/ecuador-ubicacion-y-geografia.html>
- Ely, P. (2013). *Redalyc.Org*. (“. M. values”, Ed.) Retrieved 31 de Julio de 2020, from Estudios Y Perspectivas En Turismo: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180739769017.pdf>
- Fonseca, L. C., Gomez, Y. A., & Perez, M. A. (2019). *Propuesta de turismo cultural que permita recrear, valorar y divulgar los bienes y manifestaciones culturales del municipio de Samacá*. Universidad Uniagustiniana: <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/904>
- Fueres, C. L. (2018). “*Propuesta Para La Creación De Un Centro De Interpretación Del Patrimonio Histórico Cultural De La Ciudad De Otavalo En El Molino De Las Almas Del Cantón Otavalo*”. Pontificia Universidad Católica Del Ecuador Sede Ibarra: https://dspace.pucesi.edu.ec/bitstream/11010/67/1/TESIS_FINAL.pdf
- GADID Cayambe. (2020). *Cayambe Turismo*. Cayambe Turismo: <https://cayambeturismo.gob.ec/gastronomia/>
- Galarza, J., & Ugalde , D. (2019). Propuesta de Plan de Manejo de Visitantes para la Reserva Marina El Pelado. <http://201.159.223.180/bitstream/3317/12289/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-536.pdf>
- García, M., & Sánchez, D. (2012). Centros de Interpretación. *Cuaderno metodológico*, 6-45. https://www.iucn.org/sites/dev/files/import/downloads/cuaderno4_centrosinterpretacion_br.pdf
- Geoparque Imbabura. (2023). *geoparque.imbabura.gob.ec/*. Imbabura Geoparque Mundial: <https://geoparque.imbabura.gob.ec/>
- Gil, E. L. (2021). *La Danza y la Chirimía: Narrativas, Sentidos y Lineamientos Curriculares Etnoeducativos para la Comunidad la Iberia de Riosucio- Caldas* . Universidad de Caldas : <https://repositorio.ucaldas.edu.co/handle/ucaldas/16732>
- Giraldo, M. (2021). Lineamientos para visitas turísticas. <https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/33401>

- GoEcuador Imbabura Road Map* . (s.f.). Retrieved 12 de Julio de 2012, from <http://www.goecuador.com/ecuador-maps/road-maps/imbabura-road-map.html>
- Gómez, M. (2018). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica*. Brujas. <https://books.google.com.pe/books?id=9UDXPe4U7aMC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Imbabura Hermosa Creación de Dios*. (28 de Mayo de 2010). Retrieved 12 de Julio de 2012, from <http://elianaortiz2ffmm.wordpress.com/>
- INEC. (2023). *ecuadorencifras.gob.ec/inec-boletin-cifras-inflacion-enero-2023/*. Boletín de cifras inflación enero 2023: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-boletin-cifras-inflacion-enero-2023/>
- Instituto Geográfico Militar Ecuador*. (02 de Diciembre de 2010). Retrieved 30 de Mayo de 2012, from http://www.igm.gob.ec/site/index.php?option=com_content&view=article&id=84:mapa-del-ecuador-uso-escolar-escala-14000000&catid=41&Itemid=89
- Insuasty, A., & Alonso, G. (2020). *Valoración Del Patrimonio Cultural Asociado Con El Barniz De Pasto Mopa-Mopa, A Partir De La Participación Ciudadana*. Universidad De Nariño: http://sired.udenar.edu.co/6862/1/Arturo-Insuasty%20Germa%CC%81n-Alonso%20Documento%20final_marzo2020.pdf
- Jibaja, J. G. (2018). *Construcción de memoria colectiva a través de las coplas en las festividades de Cayambe. Comunicación Social*. Universidad Salesiana: <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/15939>
- Jiménez, C. (2022). *repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/31943*. (ESPE, Editor) Análisis del sistema turístico para fomentar el desarrollo del turismo de aventura, cantón Gonzanamá-Loja: <https://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/31943>
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., García, J., & Flores, J. (2016). *asesoresenturismoperu*. Marketing turístico: <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/80-marketing-turistico-kotler.pdf>
- Lifeder. (2022). *lifeder.com*. Metodos de Investigación: <https://www.lifeder.com/metodo-sintetico/>

- Maravi, M. M. (2021). *Unidad de aprendizaje en el área de ciencias sociales basada en el enfoque de ciudadanía activa para fortalecer la identidad cultural en los estudiantes de 1.er grado de educación secundaria*. Universidad de Piura: <https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/5047>
- Martínez, G. I. (2015). “Diseño De Un Centro De Interpretación Cultural Con Fines Turísticos Para La Comuna Sinchal, Cantón Santa Elena, Provincia De Santa Elena. Año 2015.”. *Universidad Estatal Península De Santa Elena*, 371.
- Mata, G. L. (2018). *Identidad de la marca país México a través de una perspectiva cultural*. Universidad Autónoma del Estado de México: <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/94302>
- Mayordomo, S., & Hermosilla, J. (2020). *Propuesta de un método de evaluación del patrimonio cultural y su aplicación en Cortes de Pallás (Valencia)*. *Investigaciones Geográficas*, (73): <https://doi.org/10.14198/INGEO2020.MMHP>
- Mego, F. L. (2018). *Modelo estratégico de turismo sostenible como motor de crecimiento económico de la provincia de Bagua-región Amazonas en el periodo 2019-2023*. Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo: <https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/2547>
- Mejía, G. S., & Mendoza, R. (2021). *Factores socioeconómicos que influyen en el consumo de sustancias psicoactivas ilícitas en estudiantes de undécimo grado de una institución educativa del distrito especial, turístico y cultural de Riohacha, La Guajira*. Universidad Antonio Nariño: <http://repositorio.uan.edu.co/handle/123456789/4773>
- Mendes, G., & Cosenza, J. P. (2021). *La importancia del turismo en la promoción de políticas públicas de apoyo al desarrollo regional sostenible*. Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/19153>
- Ministerio de Cultura. (2023). *culturaypatrimonio.gob.ec*. Patrimonio Cultural: <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/ciudades-patrimonio-cultural-del-ecuador/>
- Ministerio de Turismo Ecuador. (11 de Abril de 2008). Retrieved 12 de Julio de 2012, from

http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=573:imbabura-una-provincia-turica-del-ecuador&catid=98:archivos-2008&Itemid=153

MINTUR. (2020). *Manual de atarctivos turísticos*. Quito.

MINTUR. (2020). *turismo.gob.ec*. (R. Oficial, Editor) Reglamento de Operación Turística de Aventura: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/08/Reglamento-de-Operacio%CC%81n-Turi%CC%81stica-de-Aventura-2020.pdf>

MINTUR. (2022). *turismo.gob.ec/*. Reglamento de centros de turismo comunitario impulsa una actividad sostenible: <https://www.turismo.gob.ec/nuevo-reglamento-de-centros-de-turismo-comunitario-impulsa-una-actividad-sostenible-e-incluyente/#:~:text=A%20trav%C3%A9s%20del%20Acuerdo%20Ministerial%20Nro.%202022-023%2C%20del,elemento%20clave%20para%20el%20desarrollo%20arm%C>

MINTUR. (2022). *www.gob.ec/regulaciones*. Reglamento de operacion turistica y aventura: <https://www.gob.ec/regulaciones/reglamento-operacion-turistica-aventura#:~:text=El%20Reglamento%20determina%20los%20principios%20y%20criterios%20que,dentro%20del%20territorio%20ecuatoriano.%20Instituci%C3%B3n%20o%20instituciones%20emisoras>

Mora, J. (2019). *researchgate.net*. (U. Agustiniana, Editor) Turismo comunitario en Colombia. Desarrollo social y sostenibilidad: https://www.researchgate.net/publication/339988685_Turismo_Comunitario_en_Colombia_Desarrollo_Social_y_Sostenibilidad

Morales, J. (2015). Interpretación del patrimonio y Museografía Un romance posible. *museos.es*, 10-26. <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:7c4a1ad9-de1f-45ef-ba2c-985904aed21e/interpretacion-patrimonio-museografia.pdf>

Moreno, A., & Amaguaña, M. (2020). *repositorio.uteq.edu.ec/handle/43000/5955*. (U. d. Quevedo, Editor) Evaluación de la gestión del turismo comunitario en la comunidad de cachiviro, en el cantón Otavalo, Provincia de Imbabura, año 2020: <https://repositorio.uteq.edu.ec/handle/43000/5955>

- Moreno, J. (2018). *repositorio.uotavalo.edu.ec/xmlui/handle/52000/102*. (U. d. Otavalo, Editor) Plan de promoción y difusión del museo de las culturas de la ciudad de Cotacachi: <https://repositorio.uotavalo.edu.ec/xmlui/handle/52000/102>
- Municipio de Cayambe. (2017). *Cayambe Turismo*.
<https://cayambeturismo.gob.ec/category/ejesturisticos-es/>
- Muñoz, J. (2019). *repositorio.uotavalo.edu.ec/handle/52000/160*. (U. d. Otavalo, Editor) Proyecto turístico rural "Embellece tu comunidad" de la comuna Quitugo del Catón Cotacachi": <https://repositorio.uotavalo.edu.ec/handle/52000/160>
- Navarro, D. (2015). Recurso Turísticos y atractivos Turísticos. *Cuadernos de Turismo*, 335-357. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/221641/173171>
- OMT. (2023). *unwto.org/es*. Recuperación del turismo: <https://www.unwto.org/es>
- Organización Mundial Del Turismo [OMT]. (2004). *Entorno Turístico*. Retrieved 31 de Julio de 2020, from <https://www.entornoturistico.com/que-es-la-planificacion-estrategica-del-turismo/>
- Osorio García, M. (Enero - Junio de 2006). *Redalyc.Org UAEM*. (Quivera, Ed.) Retrieved 31 de Julio de 2020, from <https://www.redalyc.org/pdf/401/40180113.pdf>
- Otavalo, G. M. (2011). *Municipio De Otavalo*. Retrieved 12 de Julio de 2012, from <http://www.otavalo.gob.ec/pagina.php?varmenu=3>
- Otavalo, G. M. (2013). *VisitoOtavalo*. Retrieved 12 de Julio de 2014, from <http://www.visitotavalo.com/pagina.php?varmenu=95>
- Pagliari, F. (2020). Metodología de la Investigación. Introducción al Conocimiento Científico. *Contaduría Pública*, 2-18.
https://www.researchgate.net/publication/340540450_Metodologia_de_la_Investigacion
- Peñafiel, W., & Males, M. (2019). *repositorio.utn.edu.ec*. (UTN, Editor) Análisis de las técnicas artesanales tradicionales para fomentar el turismo cultural en la comunidad de Agato, Otavalo:
<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/10241/2/02%20TUR%20149%20TRABAJO%20GRADO.pdf>

- Pichamba, A. (2019). *repositorio.usfq.edu.ec*. (USFQ, Editor) Purik, plataforma web para promocionar el Turismo Comunitario de Otavalo:
<https://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/8323>
- Ramos , P. (2018). Centro de formación e interpretación de la cerámica “Pukara”. 14.
<http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/8187>
- RAymi. (2016). *San Luis De Guachalá turismo comunitario*. <https://www.goraymi.com/es-ec/pichincha/cayambe/gestores-comunitarios/san-luis-guachala-turismo-comunitario-a742c0e9b>
- Recorriendo Bolivia. (1 de MAYO de 2017). *RecorriendoBolivia*. Retrieved 31 de Julio de 2020, from <https://recorriendobolivia.wordpress.com/2017/05/01/la-planificacion-turistica-en-un-territorio/>
- Rodríguez, A. (2019). *repositorio.unillanos.edu.co*. (U. d. Llanos, Ed.) Turismos como estrategia de desarrollo sostenible.
- Romero, A. (2014). *Rural Empresarial*. <https://www.ruralempresarial.com/turismo-identidad/>
- Ruiz, A. (2021). *Intervención al Centro de Promoción Cultural del ITESO para proponer una estrategia de mercadotecnia para el Festival Cultural Universitario*. Instituto Tecnológico Y De Estudios Superiores De Occidente:
https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/7530/Intervenci%C3%B3n_al_Centro_Promoci%C3%B3n_Cultural_ITESO.pdf?sequence=1
- Sánchez, A. (2018). *Estrategia de comunicación para la promoción de los servicios del Centro de Documentación del Patrimonio de Trinidad “Casa Malibrán”*. Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas :
<https://dspace.uclv.edu.cu/handle/123456789/10488>
- Scavizzi, G. (2018). *Análisis turístico territorial para la competitividad del destino. Aplicación del Cuadro de Mando Integral (CMI) en Cartagena, Murcia (ES)*. Universidad Politécnica de Cartagena:
<https://repositorio.upct.es/handle/10317/7416>

- Soler, S. D. (2020). *The Sociocultural Perspective For The Patrimonial Action With Social Actors And Articulators In Local Development*. Revista Universidad y Sociedad, 12(6): <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n6/2218-3620-rus-12-06-31.pdf>
- Suescun, O. (2020). *repository.pedagogica.edu.co*. (U. P. Nacional, Editor) Identificación de potenciales turísticos en el municipio de Macaravita: <http://repository.pedagogica.edu.co/handle/20.500.12209/13132>
- Téllez , G., & Betancourt , M. (2016). Técnicas de interpretación para la gestión turística en los recorridos de ciudad: el caso de la ciudad de Camagüey. *Centro de Estudios de Dirección Empresarial y Territorial*. <http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v10n1/rdir07116.pdf>
- Ticona, M. L., & Flores, M. A. (2018). *Proyecto arquitectónico de centro de interpretación y rescate del patrimonio cultural - Santuario de Lagarto del Centro Poblado de San Gabán*. Universidad Nacional del Antiplano: <http://tesis.unap.edu.pe/handle/UNAP/10830>
- Tomalá, L. S. (2021). Plan de reactivación de turismo cultural en el cantón Quevedo, provincia de los Ríos. *UTE*.
- Turismo de Cayambe. (2020). *Turismo Cayambe*. Turismo Cayambe: <https://cayambeturismo.gob.ec/category/ejesturisticos-es/>
- UNESCO. (2017). *Patrimonio cultural inmaterial*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación y la Cultura: <https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>
- Vargas, A. I. (2018). *Escenario de experiencias sensoriales y emocionales para el aprendizaje significativo de los valores culturales y sociales en la plaza de mercado las ferias de Bogotá*. Universidad Piloto de Colombia: <http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/10097>
- Villalobos, D., García, D., & Bravo, A. (2018). Aculturación alimentaria del pueblo indígena Añu de la Laguna de Sinamaica. , *Revista de Facultad de Medicina*, 45-55. <http://bdigital2.ula.ve:8080/xmlui/bitstream/handle/654321/5356/Art6.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Zonu Cantones de Imbabura . (2011). Retrieved 12 de Julio de 2012, from
<http://www.zonu.com/America-del-Sur/Ecuador/Imbabura/Politicos.html>

10 ANEXOS

Anexo 1. Guía de la entrevista.

1. ¿Cuántos visitantes recibe el atractivo turístico Hostería Comunitaria Casa Tupatan?
2. ¿Lugar de procedencia de los mayores visitantes?
3. ¿Productos y servicios que oferta Hostería Comunitaria Casa Tupatan?
4. ¿Características de cada producto y servicio que oferta Hostería Comunitaria Casa Tupatan?
5. ¿Capacidad de PAX (Turistas) que puede recibir en los servicios y productos que oferta Hostería Comunitaria Casa Tupatan?
6. ¿Cuál es el precio de cada uno de los servicios y productos que oferta Hostería Comunitaria Casa Tupatan?
7. ¿Cuál es el mecanismo para la determinación de precios de los servicios y productos que oferta?
8. ¿Qué formas de pago aceptan a los clientes?
9. ¿Existe algún tipo de descuento o promociones especiales?
10. ¿Cuál es la estructura organizacional de Hostería Comunitaria Casa Tupatan?
11. ¿En qué medida existe participación comunitaria en el emprendimiento?
12. ¿Tienen algún nicho de mercado específico?
13. ¿Cuál es la forma de promocionar Hostería Comunitaria Casa Tupatan?
14. ¿Cuál es el presupuesto anual de promoción?
15. ¿Mantiene alianzas estratégicas y/ o apoyos institucionales?

Anexo 2. Encuesta a los visitantes de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan.

1. ¿Los precios que Ud. paga por los servicios de Hostería Comunitaria Casa Tupatan los considera?

Muy caro... Caro... Normal... Baratos... Muy barato

2. ¿De qué forma Ud. canceló los servicios ofrecidos en Hostería Comunitaria Casa Tupatan?

De contado... Tarjeta de crédito ... Otro, ¿cuál?...

3. ¿Cuántas noches permanecerá Ud. en la Comunidad?

Una noche... Dos noches... Tres noches... Mas de 3 noches...

4. ¿Cuánto Ud. estima gastar diariamente por persona?

Hasta 15 USD... Hasta 30 USD... Hasta 50 USD... Mas de 50 USD...

5. ¿Cuál es su lugar de procedencia?

Imbabura... Pichincha... Otra provincia... Extranjero...

6. ¿Incluido Ud. Cuantas personas conforman su grupo familiar?

Uno... Dos... Tres... Cuatro Mas de cuatro...

7. ¿Cuál mes del año Ud. prefiere para visitar la Hostería Comunitaria Casa Tupatan?

Febrero-Abril... Mayo... Junio... Julio-Agosto... Diciembre...
Otro...

8. ¿Ud. vista la Hostería Comunitaria Casa Tupatan por primera vez?

Si... No...

9. ¿Cómo le parece a Ud. la calidad del servicio que brinda la Hostería Comunitaria Casa Tupatan?

Muy bueno... Bueno... Normal... Bajo... Muy bajo...

- 10.** ¿Las personas con las que Ud. tuvo contacto en la Hostería Comunitaria Casa Tupatan, le trataron?
Muy bien... Bien... Normal... Mal... Muy mal...
- 11.** ¿Recibió algún descuento?
Si... No...
- 12.** ¿Cómo se enteró Ud. de la existencia de la Hostería Comunitaria Casa Tupatan?
Radio... Tv... Internet... Amigos-Familia... Otros...
- 13.** ¿Cómo llegó Ud. a la Hostería Comunitaria Casa Tupatan?
Transporte público... Transporte propio... Transporte privado...
- 14.** ¿Ud. adquirió algún producto propio de la comunidad?
Si... No...
- 15.** ¿Ud. piensa volver a visitar la Hostería Comunitaria Casa Tupatan?
Si... No...