



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO

DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA)
DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
HOTELERÍA Y TURISMO

TEMA:

PLAN DE DESARROLLO TURISTICO Y SU INCIDENCIA EN LA
REACTIVACION TUIRSTICA DE INTAG, PROVINCIA DE IMBABURA, AÑO
2021.

AUTORA:

Arguello Burgos Lesly Justine

TUTOR:

ING. INES AMAYA

QUEVEDO - LOS RÍOS – ECUADOR

2022



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO
PRESENCIAL



AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme estar con vida, por guiarme en el buen sendero de la vida, por cuidar de mi hasta las últimas instancias y poniéndome a las mejores personas; agradezco a todos los que me supieron apoyar en las buenas y malas, porque nunca sabemos cuándo estarán, gracias a mis esfuerzos que sin duda alguna he aprovechado todo lo que la vida me ha dado y el impulso a cumplir mis metas.

Agradezco infinitamente a la Universidad, a los licenciados, por haberme aceptado y permitido ser parte de ella y por brindarme un aprendizaje de calidad impartiendo sus conocimientos para seguir adelante día a día.

Agradezco también a mi Tutor la Ing. Amaya Inés por haberme brindado la oportunidad de recurrir a sus capacidades y conocimientos, así como también haberme tenido toda la paciencia para guiarme durante el desarrollo de la tesina.

Lesly Justine Arguello Burgos



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO
PRESENCIAL



DEDICATORIA

En la vida he reconocido mis errores y mis logros gracias a los valores que mis padres me han inculcado, pero antes de ellos se lo dedico a Dios quien me ha permitido llegar a donde estoy, y también se lo dedico a las personas que me supieron ayudar y comprender, a mis padres y hermanos que nunca dieron el brazo a torcer y me apoyaron hasta el final, a mis docentes que a lo largo de la carrera me han llenado de conocimiento y enseñado todo lo necesario para amar y ejercer mi carrera de la mejor manera.

Lesly Justine Arguello Burgos

RESUMEN

El turismo se ha convertido en un factor importante para el país, y Ecuador es un país lleno de diversidad cultural, con hermosos paisajes los cuales forman parte de este grandioso territorio. Intag, el hermoso valle que se encuentra en Cotacachi, con variable flora y fauna que son sus recursos naturales, y un hermoso clima con moradores cálidos, los cuales hacen de Intag un lugar muy privilegiado, y el cual tendría una gran demanda turística, solo si se lo promociona de la mejor manera, y también cuidando su entorno natural.

Intag cuenta con pequeñas fincas las cuales sirven como hospedaje, al igual que pequeños complejos que respetan la naturaleza, también se caracteriza por su gastronomía y atractivos naturales como cascadas. Este trabajo de investigación nació de la necesidad de reactivar el turismo en la zona, promocionar de mejor manera el turismo que tiene el Valle lo cual se puede realizar a través del diseño de rutas turísticas en la zona, para así lograr aumentar el turismo y la actividad económica.

En este proyecto investigativo también se identificará el problema de su baja promoción turística, el cual parece ser el poco conocimiento de los moradores sobre actividad turística, guianza, administración o promoción turística cultural y rural.

El desarrollo de este proyecto pretende promover las diferentes actividades naturales y de aventura que se pueden realizar en la zona, con el fin de animar a la gente a visitar Intag. Los carteles, redes sociales, plataformas, videos o folletos son herramientas muy importantes ya que algunas de estas herramientas podrían promocionar la zona y las actividades turísticas que se lleguen a realizar en Intag.

Palabras claves: Reactivación, Promoción, Guía turística, Turismo comunitario

ABSTRACTO

Tourism has become an important factor for the country, and Ecuador is a country full of cultural diversity, with beautiful landscapes which are part of this great territory. Intag, the beautiful valley that is located in Cotacachi, with variable flora and fauna that are its natural resources, and a beautiful climate with warm inhabitants, which make Intag a very privileged place, and which would have a great tourist demand, only if it is promoted in the best way, and also taking care of its natural environment.

Intag has small farms that serve as lodging, as well as small complexes that respect nature. It is also characterized by its gastronomy and natural attractions such as waterfalls. This research project was born out of the need to reactivate tourism in the area, to better promote tourism in the valley, which can be done through the design of tourist routes in the area, in order to increase tourism and economic activity.

This research project will also identify the problem of low tourism promotion, which seems to be the lack of knowledge of the inhabitants about tourism, guidance, administration or cultural and rural tourism promotion.

The development of this project aims to promote the different natural and adventure activities that can be carried out in the area, in order to encourage people to visit Intag. Posters, social networks, platforms, videos or brochures are very important tools, since some of these tools could be used to promote the area and the tourist activities that can be carried out in Intag.

Key words: Reactivation, Promotion, Tourist guide, Community-based tourism.

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO.....	II
DEDICATORIA	III
RESUMEN	IV
ABSTRACTO.....	V
INTRODUCCIÓN	1
I. CAPÍTULO	3
1. MARCO METODOLÓGICO	3
1.1. DEFINICIÓN DEL TEMA CASO DE ESTUDIO.....	3
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.2.1. Formulación del planteamiento.....	4
1.3. JUSTIFICACIÓN	4
1.4. OBJETIVOS.....	5
1.4.1. Objetivo general	5
1.4.2. Objetivos específicos.....	5
1.5. SUSTENTO TEÓRICO	6
1.5.1. Turismo	6
1.5.2. INTAG.....	6
1.5.3. Promoción turística	7
1.5.4. Afluencia de visitantes.....	8
1.5.5. Turismo Comunitario.....	9
1.5.6. Ejemplos de turismo comunitario	9
1.5.7. Concepto de Turismo Sostenible	10
1.5.8. Características del turismo sostenible	11
1.5.9. Tipos de promociones turísticas.....	12
1.5.10. Técnicas para la promoción turística	14
1.5.11. Demanda Turística.	16
1.6. HIPÓTESIS	Error! Bookmark not defined.
1.6.1. Hipótesis General.....	Error! Bookmark not defined.
1.6.2. Hipótesis Especifica	Error! Bookmark not defined.
1.7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	18
1.7.1. Métodos de investigación.....	18
1.7.2. Técnicas de investigación	18

II. CAPITULO	20
2. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
2.1. Desarrollo de caso.....	20
2.2. Estrategias de marketing	21
2.3. Resultados de las encuestas realizadas a los turistas que visitan el valle Intag. 22	
2.4. Situaciones detectadas.....	25
2.5. Soluciones planteadas.....	26
1.1. CONCLUSIONES	27
1.2. RECOMENDACIONES	28
ANEXOS.....	31
Poster	32
Folleto.....	33
ENCUESTA.....	35

ÍNDICE DE TABLA

<i>Tabla 1 Preguntas realizadas a lugareños del valle Intag y el cantón Cotacachi</i>	22
---	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1 Conoce las actividades turísticas del valle Intag</i>	22
<i>Gráfico 2 Realiza actividades de turismo</i>	23
<i>Gráfico 3 Conocimiento del turismo comunitario y de aventura</i>	23
<i>Gráfico 4 Importancia del turismo comunitario y de aventura.....</i>	24
<i>Gráfico 5 Disposición de realizar turismo de aventura.....</i>	24
<i>Gráfico 6 Turismo de aventura en Cotacachi.....</i>	25
<i>Gráfico 7 Poster publicitario para reactivación turística de Intag</i>	32
<i>Gráfico 8 Folleto informativo para reactivación turística de Intag.....</i>	33
<i>Gráfico 9 Folleto informativo 2</i>	34

INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad que va avanzando a medida que van pasando los años a nivel nacional e internacional, a través de las actividades se atrae ingresos económicos a localidades, por ende, este proyecto busca analizar estrategias para la mejor promoción turística de Intag.

El presente trabajo investigativo consiste en proponer una estrategia de promoción turística para la afluencia de visitantes y reactivación turística de la reserva IMTAG del cantón Cotacachi, ubicado en la provincia de Imbabura, cuyo principal objetivo es darle mejor promoción turista natural al valle Intag como a sus pequeños hostales y reservas naturales con actividades de aventura. La investigación se desarrolló en base al carácter analítico y deductivo.

Este presente trabajo investigativo se inició con el desarrollo de fundamentación teórica, para lo que se realizó una búsqueda de variables en algunas de las diferentes fuentes disponibles, para así poder lograr su correcta definición y desde allí comenzar con el desarrollo del caso.

En el I Capítulo se precisa la propuesta de una estrategia para la promoción turística, la cual permita mejorar la influencia de visitantes en el valle Intag, esta misma estrategia contribuirá a solucionar de cierta forma los problemas, mediante estrategias que sean aplicables, alcanzando a captar el interés de los turistas ya sean nacionales, internacionales o locales.

En el II Capítulo se reflejan las situaciones detectadas en el cual se detallan las actividades turísticas, sus atractivos naturales y de aventura, en las soluciones propuestas se presentó un plan de actividades turísticas las cuales se podrían realizar, además de las conclusiones y recomendaciones relevante para esta investigación.

La recolección de información en este presente trabajo se realizó a través de la observación directa y revisión documental y la recolección de datos por encuestas, basados en el método cualitativo, para esto se valoró el fenómeno turístico casual que se está teniendo en Intag.

La finalidad de este proyecto investigativo es buscar que la promoción turística de Intag no decaiga y sea un gran aporte para el cantón Cotacachi, ya que al promover actividades y zonas de turismo específicos con los cuales cuenta el Valle de manera conveniente, y con una promoción turística dirigida adecuadamente a través de diferentes medios, como bien lo son volantes, redes sociales, trípticos, entre otros, los cuales son enfocados en lograr el incremento de la influencia de visitantes.

I. CAPÍTULO

1. MARCO METODOLÓGICO

1.1. DEFINICIÓN DEL TEMA CASO DE ESTUDIO

Plan de desarrollo turístico y su incidencia en la reactivación turística de Intag, cantón de Cotacachi, año 2021.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente el Ecuador tiene al turismo como una fuente de ingreso muy importante, de tal manera que la promoción turística se ha desarrollada de una manera amplia en los últimos años, por este motivo se evidencia una mayor influencia de personas para visitar de los maravillosos atractivos que posee este valle, pudiendo realizar así diferentes actividades poco inusuales en su entorno.

Intag es un valle de reserva biológica rodeado de flora y fauna, donde puedes encontrar gente hospitalaria y amigable, las cuales se dedican en su mayoría a la agricultura en pequeña escala, crían vacas, gallinas, cuyes y cerdos, también se dedican a la artesanía como tejer bolsas y cinturones con fibras de planta de cabuya, siempre teniendo en cuenta su responsabilidad con el cuidado y la preservación del medio ambiente, sin embargo, existe un poco de desorganización con respecto a lo administrativo con la importación de ciertos jabones naturales que elaboran, además de la parte turística.

A pesar de sus artesanías y productos naturales, el problema principal que se observo es que no muestra ningún tipo de promoción turística, falta un grupo que promueva el turismo y otorgue publicidad de los atractivos naturales, gastronómicos, y que se creen diferentes actividades de aventura para así poder atraer mejor al turista, también un plan de planificación para la formación de personas las cuales puedan ser guías de la zona, pero integrando a los habitantes de la localidad. De tal manera que se necesitaría una mejor estrategia de promoción y difusión turística, para así lograr un aumento económico y social.

1.2.1. Formulación del planteamiento

¿De qué manera un plan de desarrollo turístico contribuirá a la incrementación y reactivación turística de INTAG del cantón Cotacachi?

1.2.2. Delimitación de la Investigación

- **Tema:** plan de desarrollo turístico y su incidencia en la reactivación turística de Intag, provincia de Imbabura, año 2021.
- **Campo:** Valle Intag
- **Área:** Hotelería y Turismo
- **Objeto:** Ciudadanía en el Valle Intag
- **Espacio:** La investigación será realizada en el sector Intag ubicado en el cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura, Ecuador.

1.3. JUSTIFICACIÓN

La realización de este trabajo investigativo es de gran importancia, puesto que se busca dar relevancia y conocimiento al valle de Intag, potencializando el atractivo por medio de la elaboración de estrategias y tácticas de promoción que ayude a reactivar el turismo de la reserva. Lo que daría como consecuencia beneficios económicos y la oportunidad de generar ingresos a ciudadanos de este lugar. Por lo tanto, es necesario crear un plan de desarrollo turístico el cual es una herramienta que especifica los pasos necesarios y generales para la gestión turística de un sector, orientando así todas las operaciones que son primordiales realizar para así tener como resultado un desarrollo turístico.

Este proyecto actúa principalmente en el aspecto turístico, para así poder diversificar la promoción turística mediante la generación de nuevas ideas y actividades las cuales promuevan la incorporación y participación de los visitantes, a través del acompañamiento humano necesario para la implementación de la promoción turística, al producir diferentes fuentes alternativas de trabajo como producto de la demanda de servicios que los turistas necesiten en su visita, todo esto además de la oportunidad de integrar de manera urgente servicios básicos para la zona, todo esto con la ayuda del

gobierno local, y sus moradores ya que les beneficiaría a todos, todo esto servirá para explotar la singular belleza natural y el ecosistema, por lo tanto ser así un importante destino turístico del cantón, provincia y país.

Así que es importante despertar el interés de desarrollar un plan que informe al turista, al visitante y la comunidad en general, sobre la cultura local, el valor y el interés que se debe poner a este tipo de actividades, todo esto siempre y cuando se realice en relación con la sostenibilidad y la mejora de la calidad de vida de los lugareños.

El presente proyecto de investigación se centra en destacar como la reserva de Intag es una comunidad rica en recursos, especialmente en atractivos turísticos naturales y comunitario, porque estos son la carta de representación del valle, porque es una localidad la cual se esfuerza por mantener la economía del sector y ayudar a impulsar el turismo.

Los que se beneficiarán con el diseño de estrategias y tácticas son los turistas nacionales y extranjeros que visitan la localidad, y que estarán encantados porque en la localidad podrán vivir y sentir experiencias únicas y coexistir con la diversidad natural local.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo general

Elaborar un plan de desarrollo turístico para reactivar la actividad turística en el valle INTAG del cantón Cotacachi, año 2021.

1.4.2. Objetivos específicos

- Analizar el problema del turismo comunitario que existe en el valle INTAG.
- Identificar la situación base del turismo actual en INTAG y su afluencia de visitantes.

- Diseñar estrategias de marketing que ayuden a reactivar el turismo en el valle INTAG.

1.5. SUSTENTO TEÓRICO

1.5.1. Turismo

Se trata de una actividad socioeconómica que ha ido creciendo a lo largo de los años, y así se ha ido adaptando a las demandas de los turistas, para satisfacer sus necesidades como visitantes. Este término se refiere a la movilización humana a un lugar distinto de su residencia ya sea con fines recreativos o de trabajo. (Icaza, 2017)

1.5.2. INTAG.

El Valle de Intag es un lugar donde la naturaleza, cultura, costumbres y diversión se unen armoniosamente, para que quien lo visite se lleve una maravillosa e inolvidable experiencia. Es un lugar que además de ofrecer exuberantes frutas tropicales, paisajes y sitios ideales para pescar, también brinda la oportunidad de disfrutar de cálidas aguas termales en el balneario Nangulví. (Freire & Olivares, 2015)

Este valle es una reserva natural que permite la observación de flora y fauna exótica, esta zona se extiende hasta Esmeraldas en la Costa. Además, en Intag se elabora hermosos tejidos de la cubaya, como carteras, bolsos, portamacetas, hamacas, sombreros, entre otros que tienen un buen acabado, las cuales se confeccionan a mano, con nudos o con agujetas.

Posee un rango altitudinal que va desde los 500 a 2.400 m.s.n.m. y una temperatura que oscila entre 23 °C y 30 °C. Está considerada entre los 10 hotspots del mundo (zonas calientes de gran biodiversidad) y como área de importancia para las aves por el Birdlife en 2006. (Freire & Olivares, 2015)

En esta zona se puede encontrar 20.000 especies de plantas, 500 especies de aves y animales como el jaguar, ocelote, venado, oso de anteojos, el cual es uno de los mamíferos más grandes, de él depende la supervivencia de una gran cantidad de especies, por ser uno de los actores más importantes en la regeneración constante de los ecosistemas. (Freire & Olivares, 2015)

1.5.3. Promoción turística

Para hablar de promoción de manera general, es necesario mencionar el concepto de Comunicación de Marketing Integrado o como sus siglas IMC, el que se ha establecido en la literatura de marketing como parte integral de la estrategia de una marca. El IMC puede considerarse más que un proceso de comunicación, sino más bien un proceso en el que las comunicaciones de marketing se gestionan de forma holística para así lograr objetivos estratégicos. (Castillo & Castaño, 2014)

Para poder reforzar esta definición, es pertinente traer a colación lo dicho por Lynne Eagle, quien conceptualiza el IMC como la coordinación de las disciplinas comunicativas; como una forma de organizar el negocio u empresa; una forma de desarrollar y dirigir la estrategia de marca; una forma de entregar mensajes unificados mediante la coordinación de programas de promoción, publicidad y relaciones públicas. (Eagle, Kitchen, & Bulmer, 2007)

Según la contribución, se comprende que la promoción turística es un elemento integrador en el proceso de comunicaciones integradas de marketing y según la definición de Catillo, se entiende por promoción las actividades que comunican los atributos del producto y persuaden a los consumidores a comprar. Por su parte Víctor T.C. Middleton reafirma que son “todas las formas que se utilizan para dar a conocer a los clientes los productos, que agudizan sus deseos y estimulan la demanda”. (Middleton & Clarke, 2001)

1.5.4. Afluencia de visitantes

El turismo es una de las pocas actividades humanas que ha sido abordada desde diversas disciplinas (economía, ecología, psicología, geografía, sociología, historia, estadística, derecho y ciencias políticas y administrativas). Por ello, al referirse al turismo se indica que es el conjunto de desplazamientos que generan fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales y jurídicos. El turismo también puede ser referido como un concepto impreciso, consecuencia de su carácter interdisciplinario; sin embargo, admite múltiples definiciones y diversos matices, según el campo de trabajo y la época en que se formula el concepto. (Moreno & Coromoto, 2010)

Convencionalmente se concibe al turismo como un sistema compuesto por un conjunto bien definido de relaciones, servicios e instalaciones generados por los desplazamientos humanos, en la época de ilustración las familias de clase alta realizaban viajes por motivos culturales, y a estos viajes se lo conocía como Grand Tour. Pero no ha sido hasta la mitad del siglo XX que el turismo surgió como un gran fenómeno de masas. Se podría representar por los atributos y actividades de servicio que ofrecen como de transporte, comunicación, alojamiento, restauración y otros servicios auxiliares, esto se conoce como sistema de oferta turística, como un subsistema capaz de atraer turistas y así satisfacer necesidades permanentes o temporales. (Moreno & Coromoto, 2010)

En la década de 1950, los viajes internacionales se volvieron cada vez más accesibles para un mayor porcentaje de la población debido a diferentes factores, como la aparición del avión comercial a reacción al final de la Segunda Guerra Mundial, los bajos precios del petróleo, el mayor ingreso disponible de las familias, la aparición de vacaciones pagadas y aumento del tiempo libre disponible para la población en los países industrializados. (Sancho, 2011).

1.5.5. Turismo Comunitario

Este es un concepto de turismo totalmente diferente y novedoso, ya que pequeñas comunidades rurales comparten sus hogares con los turistas y les permiten conocer más a fondo sus costumbres, su vida cotidiana y sus saberes ancestrales. Algunas comunidades se han percatado que con el turismo pueden generar más recursos y han abierto sus puertas para mostrarles los atractivos de sus pueblos y regiones desde una perspectiva diferente y única. (Pakariñan, 2016)

Esta forma diferente de turismo nos permite tener más contacto con la gente y conocer desde dentro las costumbres y forma de vida de culturas centenarias, la idea del turismo comunitario es que el visitante pueda tener la experiencia de vivir dentro de una comunidad, y estén en contacto directo con los miembros de la comunidad, ya que son los propios residentes quienes se convierten en guías y todo el dinero generado por este turismo se reinvierte en proyectos para su comunidad. (Pakariñan, 2016)

En el turismo comunitario todos ganan, los miembros de las comunidades por su parte también deben aprender a abrir sus puertas a los turistas y poder generar atractivos para ellos. Allí comienza el trabajo en equipo, algunos se forman como guías, otros se encargan de la preparación de los alimentos, los artesanos se centran en la fabricación de piezas para su venta, y entre todos juntan viviendas para convertirlas en hospedajes.

1.5.6. Ejemplos de turismo comunitario

En la Amazonía existen alrededor de 40 proyectos comunitarios dedicados al ecoturismo, y en la provincia de Napo se encuentra el proyecto Ricancie, que agrupa alrededor de diez caseríos típicos que albergan a todo turista que los visitan. (López Pulgar, 2009)

Los viajeros pueden participar en diferentes actividades, como lo es la preparación de comidas típicas (por ejemplo, la chicha de yuca), junto a los guías nativos y los moradores quichuas del lugar. Otro sitio es Aacllac, a unos minutos de Tena, es un complejo de cabañas típicas, como Cotococha, el que también ofrece facilidades de alojamiento.

Los viajes organizados por operadores locales incluyen recorridos por la selva o navegación por los ríos Napo o Curaray. En Pastaza, está el proyecto Atacapi-Papangu, y Puyo también cuenta con sitios como la reserva de Fátima, un zoológico que alberga diversas especies de animales de la selva amazónica. Muy cerca se encuentran el Parque Etnobotánico Omaere y la reserva Hola Vida, asimismo, brindan la posibilidad de conocer la flora y fauna del sector y poder adentrarse en las costumbres de las comunidades indígenas. (López Pulgar, 2009)

1.5.7. Concepto de Turismo Sostenible

La importancia del turismo como elemento de desarrollo económico radica en el reconocimiento de su probada estabilidad, a pesar de sus debilidades a corto plazo, su más rápida recuperación es síntoma en tiempos de crisis como el actual. Su paulatina transformación en una cada vez más estable e incluso creciente necesidad básica y de consumo en la llamada “sociedad del entretenimiento” sustenta lo anterior, cabe cuestionarse que si el intenso crecimiento con el que el turismo se está convirtiendo en un fenómeno global y por tanto este crecimiento tiene límites y se puede evitar la creación de nuevas desigualdades e impactos negativos a un alto costo para las comunidades de acogida. (Rivera Mateos & Rodríguez García, 2012)

Del mismo modo, el turismo responsable, al igual que el turismo sostenible, va más allá en el sentido de que es una apuesta y no un producto de sustitución dirigido a unos pocos turistas concienciados de países desarrollados, lo que debe ser aceptado por el sector turístico en su conjunto y por los consumidores en general. Y otra forma de turismo que debe penetrar paulatinamente en todos los subsectores de la producción

turística, los destinos turísticos y la gestión turística a nivel internacional. Por eso, en la industria del turismo hablamos de una “una filosofía de pensar globalmente y actuar localmente”. (Rivera Mateos & Rodríguez García, 2012)

Se logrará en el turismo sostenible si hay un uso continuo de recursos naturales y culturales, al igual que la sostenibilidad económica de manera justa y equitativa.

Conceptualmente, el turismo sostenible se practica para mejorar el bienestar, las economías y la salud pública, también se puede lograr una mejor calidad de vida minimizando los impactos negativos de los recursos naturales no renovables, como también los esfuerzos para desarrollar el turismo alternativo deben ser sostenibles en el futuro. La sostenibilidad turística no debe hablar sin el compromiso de algunos actores para mantener la sostenibilidad natural, socioeconómica y cultural de la sociedad como capital fundamental del turismo. En definitiva, el desarrollo turístico sostenible se puede considerar desde tres aspectos: medio ambiente, economía y sociedad. (Pásková, 2015)

1.5.8. Características del turismo sostenible

Las directrices para el Desarrollo Sostenible del Turismo y las prácticas de gestión sostenible deben aplicarse a todas las formas de turismo ya todo tipo de destinos. Es fundamental garantizar la sostenibilidad económica, social y ambiental del turismo, tanto para contribuir a dicho desarrollo, como para la viabilidad y competitividad de este sector. (Barillas Cabrera, 2017)

- Modelos de consumo, atendiendo especialmente a la estacionalidad y al tipo de turismo.
- Modelos productivos, teniendo en cuenta la oferta y los destinos turísticos.
- Compatibilizar el desarrollo turístico y la protección del medio ambiente ha de ser el principal objetivo del Turismo Sostenible.

La OMT plantea el concepto de desarrollo sostenible del turismo, en base a los siguientes puntos:

- Dar un uso óptimo a los recursos ambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales vivos y sus valores tradicionales, así como contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural.
- Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos suficientes bien distribuidos. (Barillas Cabrera, 2017)

1.5.9. Tipos de promociones turísticas

El marketing va más allá de lo comercial y es un proceso transversal que abarca todas las áreas funcionales y jerárquicas de una organización. En el mercado del turismo conectado actual, los consumidores mantienen un vínculo virtual entre sí en respuesta a su desconfianza en los mensajes comerciales. La confianza perdida se puede recuperar a partir de la disciplina de marketing que juega un papel en esta situación. (Rey Moreno, 2020)

Publicidad

- Televisión (Anuncios o Propagandas)
- Internet (Anuncios, páginas web, redes sociales, etc.)
- Radio o prensa tradicional (Entrevistas, periódicos, etc.)
- Revistas (Artículos, Anuncios, etc.)

Venta personal

- Poder comunicar al cliente
- Vender

- Cuando el precio del producto o servicio justifica el costo que implica mantener una fuerza de ventas.

Relaciones públicas

- Noticias: Son el fruto de la relación y comunicación externa de la empresa, el estilo o medio en el que aparecen gozan mayor credibilidad por el público.
- Discursos: Son llevados a cabo por un representante de alto cargo.
- Patrocinio y mecenazgo: Actividad de relaciones públicas que trata de identificar la imagen y la marca en actividades con alto valor y consideración social como la cultura, arte o el deporte.
- Marketing itinerario: Se trata de giras promocionales haciendo llegar el producto al consumidor y tratando de crear aceptación

Marketing directo

- Correos electrónicos
- Llamada de teléfono
- Cupones
- Folletos y catálogos
- Mensajes SMS

Relaciones públicas:

- Viajes de familiarización.
- Ferias y exposiciones turísticas.
- Representaciones en el extranjero.
- Oficinas de turismo.
- Asociaciones empresariales.

- Oficinas de convenciones y visitantes.
- Centros de reservaciones. (Rivera, 2012)

1.5.10. Técnicas para la promoción turística

Algunos estudiosos de la publicidad y el marketing, como McCarthy y Perreault, utilizan la publicidad para comunicar información entre vendedores y compradores potenciales u otros miembros del canal para influir en sus actitudes y comportamientos, definidos como un acto.

Otros académicos, como Stanton, Etzel y Walker, consideran que la publicidad es un anuncio totalmente personal utilizado por un vendedor en nombre de un vendedor para informar, persuadir o recordar a un público objetivo y colores impersonales. Publicidad es cualquier comunicación con el propósito específico de informar, persuadir o recordar a un público objetivo. (Coutinho, 2017)

Principales herramientas de promoción en el marketing

Para alcanzar los objetivos específicos de informar, persuadir y recordar, la promoción tiene sus propias herramientas estratégicas. Estas herramientas son:

Publicidad

También puede ayudar a los consumidores a recordar productos y servicios de forma impersonal.

Los canales publicitarios más habituales son la televisión, la radio, Internet o la publicidad impresa.

Para la adopción de canales de publicidad, es importante seguir estos 5 pasos para una toma de decisión eficiente:

- ✓ Definir objetivos (¿Lo que estoy buscando a través de la publicidad?)
- ✓ Decidir sobre el presupuesto (¿Cuánto estoy dispuesto a gastar con publicidad?)
- ✓ Adopción de mensaje (¿Qué mensaje quiero transmitir a través de la publicidad?).
- ✓ Decisión sobre los medios que se utilizarán (¿Cuál es el alcance, frecuencia e impacto que estoy buscando para mi publicidad?).
- ✓ Evaluación (¿Las estrategias de publicidad adoptadas alcanzaron mi objetivo?)
(Coutinho, 2017)

Promoción de Ventas o Merchandising

Una promoción es un conjunto de técnicas, incentivos o actividades diseñadas para estimular el flujo masivo y maximizar la compra o venta de un producto o servicio.

Y las formas de merchandising principales son: obsequiar artículos publicitarios que tengan el logo o la marca de la empresa como bien podrían ser:

- ✓ camisetas,
- ✓ gorras,
- ✓ llaveros,
- ✓ ferias de exhibición de productos,
- ✓ concursos,
- ✓ rifas,
- ✓ juegos,
- ✓ sorteos
- ✓ lugares estratégicos bien decorados,
- ✓ paquetes promocionales,
- ✓ promociones en los puntos de venta, etc.

Promoción Turística

No se puede consumir lo que nadie conoce. Por ello, es necesario dar a conocer los recursos y servicios turísticos al mayor número de personas posible utilizando los medios óptimos para proporcionar una información eficaz, como despertar el interés de

los turistas potenciales y despertar el interés de los turistas que necesitas conseguir a los deseos y necesidades reales. (Britez & García, 2017)

En el libro “Introducción al estudio del turismo, apuntes de teoría general”, se puede definir a la promoción turística como una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que se encargan de cumplir la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica (Britez & García, 2017).

1.5.11. Demanda Turística.

Además de resiliente, la demanda turística suele ser estacional (concentrada en determinadas épocas del año (temporada alta). Los factores del destino, como el atractivo económico, la estabilidad financiera o la variedad de ofertas turísticas en cada lugar, o los factores de la ciudad de origen, como los niveles de ingresos, la moda y la estructura vacacional, tienden a desempeñar un papel. (ILERNA, 2019)

La elasticidad de la demanda

Mide la sensibilidad de la demanda a cambios en las variables. Los precios suelen utilizarse como referencia, pero también se pueden tener en cuenta otros factores, como los ingresos de los consumidores.

La relación que existe entre demanda y precio es indirecta, por lo que, si los precios suben, la demanda automáticamente cae, y mientras que los precios bajan, la demanda crece.

Diferentes factores influyen en la elasticidad de la demanda turística, los más significativos son los siguientes:

- ✓ El tipo de necesidad que cubre el servicio: cuanto más básica sea la necesidad, más inelástica será la demanda. Por ejemplo, si un médico debe viajar para asistir a una convención celebrada en una determinada ciudad, la demanda será inelástica. El precio más caro no influirá en su decisión de desplazamiento, porque debe asistir sí o sí en la convención que se celebra en unas fechas concretas.

- ✓ La existencia de servicios sustitutivos: la demanda será elástica cuanta más competencia y alternativas haya. Por ejemplo, sucede con las tarifas de billetes de avión y de tren que cubren un mismo trayecto.

- ✓ La importancia del servicio turístico en términos de coste: la demanda será inelástica si el gasto del servicio turístico en cuestión supone un porcentaje muy bajo del precio total del viaje. (ILERNA, 2019)

1.6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1. Métodos de investigación

1.6.1.1. Método deductivo

El método deductivo es utilizado con la intención de analizar toda la información que se encontró en la investigación realizada, de esta manera poder reconocer y proceder a dar respuestas a los objetivos que se establecieron en la investigación, de esta manera dar respuesta a la hipótesis establecida.

1.6.1.2. Método inductivo

Este método permitió seleccionar la información con más relevancia a la investigación y así tener un mejor ambiente de estudio, mediante encuestas a los habitantes que se encontraban en la zona de esta manera se realizó una observación de hechos y fenómenos para tener conclusiones generales.

1.6.1.3. Método analítico

El método analítico permito analizar las situaciones del valle Intag, del turismo comunitario, y turismo de aventura siendo sostenible. Al obtener las respuestas se determinó la importancia turística comunitaria-sostenible, y como la promoción de un turismo de aventura está relacionada para obtener mejores resultados los cuales ayudan al desarrollo de mejores promociones turísticas y así crecer la demanda de visitantes y tener un crecimiento económico

1.6.2. Técnicas de investigación

1.6.2.1. Observación directa

Por medo de la aplicación de esta técnica, en el presente proyecto se puedo respaldar y explicar cada uno de los elementos de todas las variables integradas, presentando así de manera clara y muy precisa la forma en que se validó esta

información, explicando así condiciones que tienen que cumplirse, para aplicar correctamente la técnica y de esta forma poder procesar la información.

1.6.2.2. Investigación Documental

La investigación documental es un método de estudio e interpretación basado en la revisión de libros, artículos, vídeos y documentales. También se puede definir como un proceso de recolección, organización y análisis de una serie de datos que tratan sobre un tema en particular (González, 2020).

1.6.2.3. Encuestas

En el presente proyecto investigativo la técnica de campo permitió conocer la situación de la problemática presentada en este proyecto y así verificar las diferentes actividades y atractivos turísticos que se podrían incluir, se utilizó de instrumento la recolección de datos que se obtuvo de la encuesta como muestra a 40 personas del valle Intag y el cantón Cotacachi, los cuales serán los beneficiados de esta promoción turística, mediante este método se podrá conocer las opiniones y percepciones de los lugareños, también a obtener información real y verídica.

II. CAPITULO

2. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Desarrollo de caso

Este presente proyecto investigativo fue desarrollado teniendo referencias de otras investigaciones, los estudios demuestran los atractivos que posee el valle, y estos se relacionan con las variables de investigación de promoción turística y la influencia en los visitantes.

Analizamos la promoción que está teniendo el valle Intag, y los diferentes atractivos culturales, naturales y de recreación que posee, y podemos conocer que está teniendo una promoción turística poco desarrollada ya para la belleza natural que posee debería de tener una mejor promoción, la falta de esto podría traer malas consecuencias económicas las cuales con una buena planificación sería conveniente tanto para los moradores como para el Cantón Cotacachi.

Al momento se pudo observar la carencia que tiene la localidad al no ser promocionada correctamente para el turismo, es por ello que algunos turistas o visitantes no saben mucho o nada de este lugar, así como tampoco saben que aventura. actividades que pueden realizar, y al final lo que busca el turista es salirse de las actividades cotidianas que puede realizar en la ciudad, pues busca relajarse o aventurarse en ambientes tranquilos.

El valle Intag como sabes cuenta con algunas actividades de atracción, pero no se le da suficiente promoción, también que son zonas de balnearios y algunas de cabañas para pasar días, el problema con estas es su ambientación al turista ya que escasean de servicios, se pueden remodelar estos sitios, crear miradores columpios, parapentes, zonas de descanso al aire libre, y promocionarlo de tal manera que llame la atención del turista ya sea por folletos, o redes sociales. Lo que este proyecto busca es implementar

esas estrategias de promociones y reactivación turística de manera que beneficie al valle y su ves el cantón, ya que la promoción turística es un factor fundamental para el desarrollo turístico-económico y su influencia en los posibles visitantes.

2.2. Estrategias de marketing

No sirve de nada el tener un buen lugar sino se sabe promocionarlo, una buena promoción y estrategia de marketing del valle es de manera fundamental para así saber que este lugar existe y tiene mucho que ofrecer, y por ende puede ser promocionado.

En la actualidad las redes sociales son una de las fuentes más importantes en el turismo, las cuales permiten socializar la divulgación de experiencias obtenidas en el momento que se visita el destino, a su vez busca generar expectativas en los visitantes potenciales, lo que genera la oportunidad de visitar.

Por este motivo una de las estrategias es el marketing turístico, con esto el uso de medios digitales para así poder ofertar un punto turístico en páginas web y redes sociales, más los servicios que tiene para ofrecer INTAG ya es una de las regiones más biodiversas del planeta, con bosques húmedos y nublados, además en este valle se han podido identificar varias especies de plantas, mamíferos, anfibios, peces y aves en peligro de extinción.

Estrategias:

- ✓ Social media marketing.
- ✓ Sitio web con información y fotos actualizadas del destino la cual debe estar optimizada para dispositivos móviles.
- ✓ Publicidad de propaganda por medios electrónicos.
- ✓ Banners del destino turístico.
- ✓ Poster electrónico.
- ✓ Folletos con información precisa.
- ✓ Realización de montañismo.
- ✓ Senderismo
- ✓ Cabalgata
- ✓ Escaladas
- ✓ Canopy
- ✓ Kayak
- ✓ Rafting
- ✓ Señales en la vía que faciliten la llegada al valle.

2.3. Resultados de las encuestas realizadas a los turistas que visitan el valle Intag.
Cuestionario de preguntas para la realización de encuestas

Tabla 1 Preguntas realizadas a lugareños del valle Intag y el cantón Cotacachi

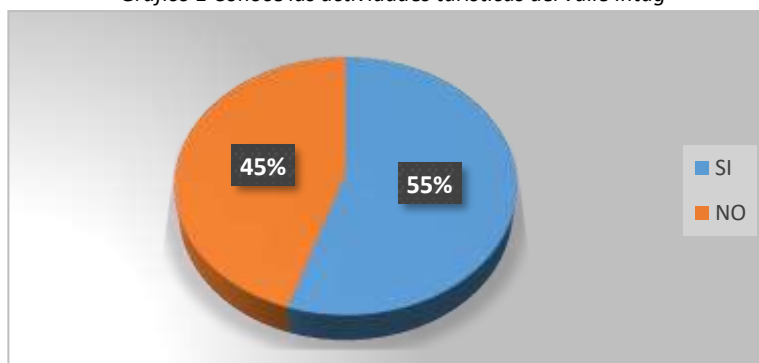
N°	Preguntas	Si	No
1	¿Conoce usted cuáles son las principales actividades turísticas del valle Intag?		
2	¿Realiza usted actividades de turismo?		
3	¿Conoce usted que es turismo comunitario y de aventura?		
4	¿Cree que es importante hacer turismo comunitario y de aventura?		
5	¿Le gustaría a usted realizar turismo de aventura en el valle Intag?		
6	¿Considera usted que la realización de actividades de aventura tendría un efecto positivo para el turismo en el cantón Cotacachi?		

Elaboración: Autora

Tabulaciones de encuestas

¿Conoce usted cuáles son las principales actividades turísticas del valle Intag?

Gráfico 1 Conoce las actividades turísticas del valle Intag

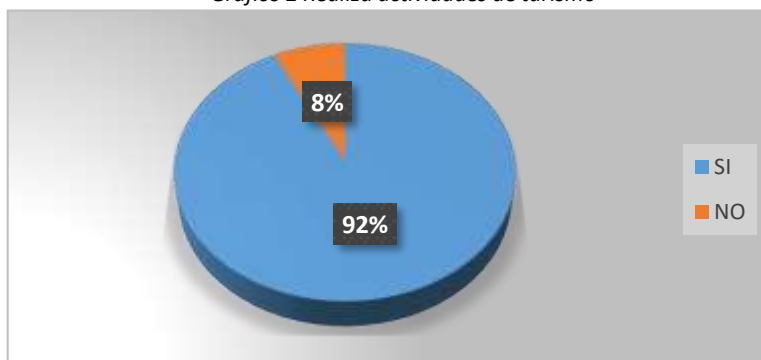


Fuente: Encuestas
Elaboración: Autora

Análisis: El 55% de los encuestados manifestó que tiene conocimientos sobre las principales actividades turísticas de Intag, mientras que el 45% no, demostrando que la mayoría de la muestra encuestada conoce muy bien el valle Intag.

¿Realiza usted actividades de turismo?

Gráfico 2 Realiza actividades de turismo

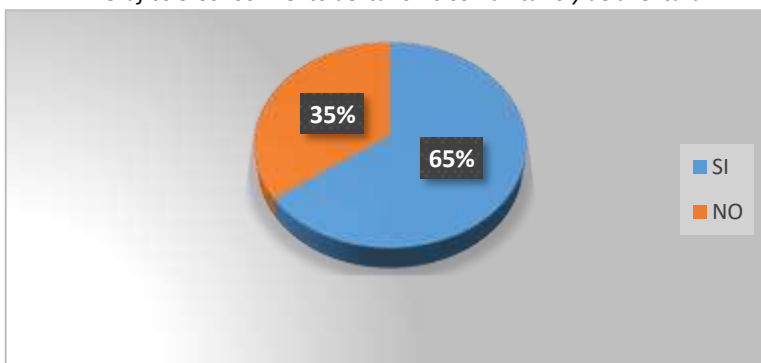


Fuente: Encuestas
Elaboración: Autora

Análisis: En esta determinada pregunta el 92% de las personas han realizado actividades de turismo, mientras que el 8% no lo ha hecho, demostrando que la mayoría de las personas en general realizan actividades de turismo dando como resultado que está en nuestro día a día.

¿Conoce usted que es turismo comunitario y de aventura?

Gráfico 3 Conocimiento del turismo comunitario y de aventura

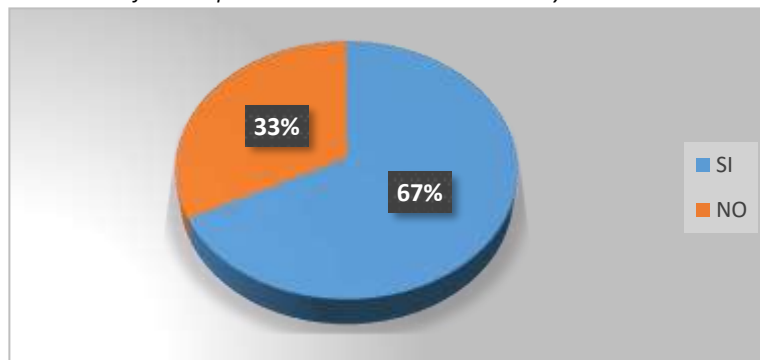


Fuente: Encuestas
Elaboración: Autora

Análisis: El 65% de los encuestados tienen cierta información y conocen del turismo comunitario y de aventura, mientras que el 35%, no están familiarizados con estos, por ende, podemos determinar que estas formas de turismo son bien reconocidas por la mayoría y funciona muy bien como parte de la reactivación turística.

¿Cree que es importante hacer turismo comunitario y de aventura?

Gráfico 4 Importancia del turismo comunitario y de aventura

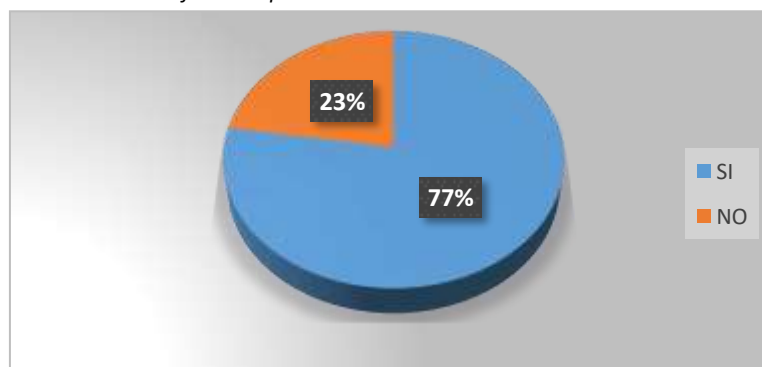


Fuente: Encuestas
Elaboración: Autora

Análisis: El 67% de los encuestados creen que es importante hacer turismo comunitario y de aventura, y el otro 33% considera que no.

¿Le gustaría a usted realizar turismo de aventura en el valle Intag?

Gráfico 5 Disposición de realizar turismo de aventura

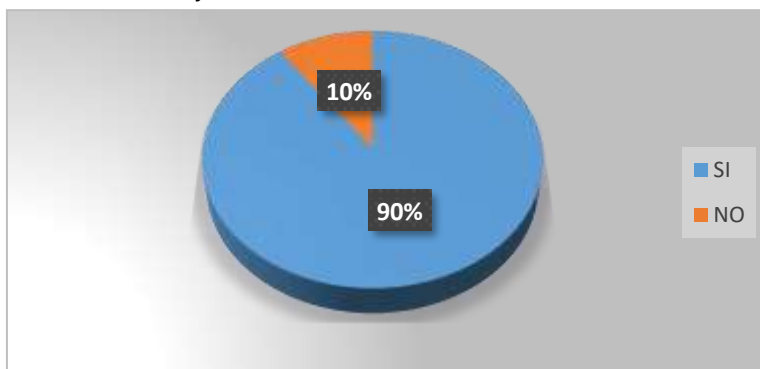


Fuente: Encuestas
Elaboración: Autora

Análisis: Al 77% de encuestados les gustaría realizar turismo de aventura demostrando que tendría una muy buena acogida y no solo de los moradores sino también de los turistas, y un 23% no están interesados ya sea por temor o falta de información.

¿Considera usted que la realización de actividades de aventura tendría un efecto positivo para el turismo en el cantón Cotacachi?

Gráfico 6 Turismo de aventura en Cotacachi



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

Análisis: En esta pregunta el 90% de las están de acuerdo con que realizar actividades de turismo de aventura traería un impacto positivo en la reactivación del turismo, mientras que solo el 10% considera que no, esto puede deberse a la falta de información e incentivación en las personas.

2.4. Situaciones detectadas

- Falta de promoción de los atractivos que posee, como naturales, culturales y de recreación, ya que la promoción que posee es deficiente, al buscar un desarrollo turístico del valle se debería mantener una buena estrategia de promoción y guía.
- Desactualización de información sobre las actividades que tiene el valle para los visitantes, debido a la poca promoción de lugar.
- Una mala estrategia de implementar promociones turísticas, esto puede traer malas consecuencias como la poca población de visitantes en el valle.
- Existe unos escasos de seguridad, tanto para los visitantes, moradores, como las áreas verdes y fauna del lugar.
- Poco conocimiento sobre promoción turística de parte de los moradores.

- Dificultad de ingreso a la zona al igual que falta de señalizaciones, para poder llegar a los lugares de recreación que se encuentran en Intag se debe entrar ya sea en camioneta fletada o vehículo propio desde el cantón Cotacachi, se llega hasta un área protegida y se sigue hasta el valle de Intag, por un camino en no muy buen estado.

2.5.Soluciones planteadas

Considerando la información obtenida sobre la promoción y reactivación turística, se proponen las siguientes soluciones.

- Aumentar la oferta de actividades, por medio de promociones y guías que ayuden al crecimiento de turistas.
- Implementar estrategias que ayuden al desarrollo y promoción turística, de Intag.
- Asesorar a los moradores sobre la importancia de generar una buena promoción turística, al igual se les da prácticas para que así ellos mismos sean guías de la zona a la que pertenecen y conocen.
- Mejorar la infraestructura y atención de servicios en las cabañas que se encuentran al igual que comedores y atención prestadas en las actividades a realizar, todo esto a través de capacitaciones.
- Implementar señalizaciones a medida del camino para que así también se conozca, solicitar al municipio del cantón una reparación de la calle.

1.1. CONCLUSIONES

- A lo largo de esta investigación se fue analizando los medios de promoción que se pueden utilizar para difundir los atractivos turísticos de Intag, también se conoció la falta de promoción turística planificada que existe, ya que algunos moradores al no tener muy buen conocimiento sobre la promoción turística decaen un poco de esta en cuanto al ingreso de ello.
- Pudimos determinar que, en el valle existe una gran variedad de atractivos naturales, artesanías y gastronomía, lo cual ayudaría mucho al turismo comunitario y sostenible de la zona, muchas personas aseguran que a pesar de conocer Intag no tiene muchas actividades a realizar, la totalidad de los encuestados creen que implementar atractivos de aventura crean un impacto positivo en el turismo ya que esto llama más la atención de los visitantes, lo que daría como resultado al valle Intag más turístico.
- El diseño de actividades de aventura beneficiaría el turismo sostenible del valle Intag, con estas actividades se pretende generar interés y motivar a los habitantes del cantón Cotacachi y sus zonas aledañas a visitar con frecuencia este hermoso y cálido valle.

1.2. RECOMENDACIONES

Esta tesina ha sido realizada en estudio de caso investigativo, la cual muestra como resultado el gran potencial turístico que posee Intag el cual debe ser aprovechado de manera sostenible, sin provocar ningún impacto negativo en la zona, toda esta investigación nos ha permitido poder realizar las recomendaciones a continuación:

- Se recomienda la entrega de folletos, trípticos y diferentes materiales didácticos, que contenga información de la zona y sus actividades a realizar, para que así la visita de los turistas sea más agradable y llena de aprendizaje durante la visita.
- Fomentar a los lugareños de Intag a que destaquen turísticamente su hermoso valle que sean conscientes del gran patrimonio que poseen, puesto que estos son de gran importancia para el valle, así tenemos como finalidad despertar el entusiasmo en los turistas, y de esta manera poder reactivar el turismo, siendo esta la mejor arma en aplicación de estrategia para promocionar de manera turística su localidad.
- Como se determinó, en el valle existe una gran variedad de atractivos naturales, en las cuales se recomienda realizar turismo de aventura, como montañismo o senderismo, cabalgata, escaladas, canopy, kayak y rafting, no obstante, hay que tener un plan para fomentar este tipo de turismo, lo primero sería tener los requisitos de implementación y un personal capacitado sobre estas actividades para que sea seguro, luego es necesario promocionarlo ya sea con banners, folletos de información o videos informativos en diferentes redes sociales.

BIBLIOGRAFÍA

- Middleton, V., & Clarke, J. (2001). *Marketing in Travel and Tourism*. London: Routledge.
- Barillas Cabrera, E. (2017). *El Turismo Sostenible: Eje Articulador del desarrollo Económico, Social y Ambiental de El Salvador*. San Salvador: Ministerio de Turismo –MITUR.
- Britez, C., & García, I. (28 de Abril de 2017). *Entorno Turístico*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com>: <https://www.entornoturistico.com/promocion-turistica-importancia-los-destinos-turisticos/>
- Castillo, M., & Castaño, V. (19 de Junio de 2014). *Scientific Electronic Library Online*. Obtenido de <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?lng=es>: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180739769017>
- Coutinho, V. (01 de Diciembre de 2017). *rockcontent*. Obtenido de <https://rockcontent.com/>: <https://rockcontent.com/es/blog/promocion-en-el-marketing/>
- Eagle, L., Kitchen, P., & Bulmer, S. (31 de Julio de 2007). *Emerald insight*. Obtenido de <https://www.emerald.com/insight>: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/03090560710752474/full/html>
- Freire, C. L., & Olivares, S. L. (02 de Febrero de 2015). *GoRaymi*. Obtenido de <https://www.goraymi.com>: <https://www.goraymi.com/es-ec/imbabura/cotacachi/rurales/intag-awe80jnvo>
- González, G. (02 de Abril de 2020). *Lifeder*. Obtenido de Investigación documental: características, estructura, etapas, tipos, ejemplos: <https://www.lifeder.com/investigacion-documental/>
- Icaza, M. A. (2017). *Universidad de Guayaquil Facultad de Comunicación Social Carrera de Turismo y Hotelería Trabajo de titulación previa a la Obtención el Título de Licenciado*. Obtenido de Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/18493>
- ILERNA. (12 de Diciembre de 2019). *Blog de IRLINA online*. Obtenido de <https://www.ilerna.es/blog>: <https://www.ilerna.es/blog/aprende-con-ilerna-online/hosteleria-turismo/la-demanda-turistica/>
- López Pulgar, J. E. (2009). *Plan estratégico de Marketing para promocionar los servicios de la Quinta Aidita en el cantón Guano*. Sede Sangolquí: Universidad de las Fuerzas Armadas Facultad de Ingeniería Comercial. Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/1253>: <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1253/2/T-ESPE-021317.pdf>
- Moreno, M., & Coromoto, M. (18 de Agosto de 2010). *Visión Gerencial, Universidad de los Andes*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545890011>: <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Pakariñan. (2016). *Pakariñan Turismo Comunitario*. Obtenido de <https://pakarinan.org>: <https://pakarinan.org/blog/turismo-comunitario/>

- Pásková, M. (2015). Routledge International Handbook of Sustainable Development. En M. Pásková, *Sustainable tourism development* (págs. 250–263). Praga: Universidad de Charles.
- Rey Moreno, M. (2020). *Marketing turístico Fundamentos y dirección*. Sevilla: Ediciones Piramide.
- Rivera Mateos, M., & Rodríguez García, L. (2012). *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario*. Cordoba: Cátedra Intercultural, Universidad de Córdoba.
- Rivera, E. (05 de Julio de 2012). *Tipos de Promoción Turística*. Obtenido de <https://www.udocz.com/>: <https://www.udocz.com/apuntes/180470/tipos-de-promocion-turistica>
- Sancho, A. (18 de SEPTIEMBRE de 2011). *Introducción al Turismo* . Obtenido de <http://www.utntyh.com>: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>

ANEXOS



Poster

Gráfico 7 Poster publicitario para reactivación turística de Intag

Déjate sorprender por

Intag



Descubre la gastronomía,
tradiciones, cultura y maravíllate
con su naturaleza.

intagdiscover.es

Folleto

Gráfico 8 Folleto informativo para reactivación turística de Intag

*Sumérgete en la
belleza natural y la
culturar de este
hermso Valle .*

INTAG!

**FLORA
FAUNA
CULTURA
GASTRONOMIA**

988 456 789
Valle Intag, Canton
Cotacachi
Facebook: INTAG!
www.intaddiscover.es



ESCAPADA POR COTACACHI

Descubre cultura y belleza

**Disfruta de vistas
impresionantes y respira
nuevas experiencias.**

“

**Una semana
de aventura
en Intag**

RESERVA AHORA

Dirección: Valle Intag, Canton
Cotacachi

Teléfono: 988 456 789

Sitio web: www.intagdiscover.es

ENCUESTA

La presente encuesta es parte de un proyecto investigativo que tiene como propósito recopilar información con respecto al tema de reactivación turística y su afluencia de visitantes al turismo comunitario en el valle de Intag del cantón Cotacachi provincia de Imbabura.

Lea con atención las siguientes preguntas y responda de acuerdo a su criterio.

PREGUNTAS

¿Conoce usted cuáles son las principales actividades turísticas del valle Intag?

SI

NO

¿Realiza usted actividades de turismo?

SI

NO

¿Conoce usted que es turismo comunitario y de aventura?

SI

NO

¿Cree que es importante hacer turismo comunitario y de aventura?

SI

NO

¿Le gustaría a usted realizar turismo de aventura en el valle Intag?

SI

NO

¿Considera usted que la realización de actividades de aventura tendría un efecto positivo para el turismo en el cantón Cotacachi?

SI

NO