



Universidad del Azuay

Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas

Carrera de Turismo Rural

**DISEÑO DE UNA EXPERIENCIA DE
AGROTURISMO COMO ESTRATEGIA PARA
LA VALORIZACIÓN DEL CAFÉ EN ISABELA-
GALÁPAGOS**

Autores:

**Carlos Herrera Paredes
Bella Peñaherrera Torres**

Director:

Mgtr. Jorge Alberto Amaya Ruiz

**Cuenca – Ecuador
2026**

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de graduación a mi esposa, Bella Coronel, por ser mi compañera de vida en cada paso durante estos años de estudio. A mi hijo Daryl, quien es mi mayor inspiración y la razón para seguir esforzándome cada día.

Dedico este trabajo de graduación a mi madre, por su amor incondicional, por ser mi guía a lo largo de mi vida y por acompañarme desde la distancia en cada paso de este proceso para lograr esta meta.

AGRADECIMIENTO

Agradezco profundamente a mi madre, Gloria Paredes, por su apoyo cálido y amoroso, su preocupación por mí y por ser el pilar fundamental de mi formación personal y académica.

Agradezco a mis hijas, Bella y Keyla quienes con su amor, motivación y palabras de aliento me han dado la fuerza necesaria para seguir adelante y culminar esta etapa tan importante de mi vida que es la de estudiante de universidad.

RESUMEN:

El presente estudio, titulado “Diseño de una experiencia agroturística como estrategia para la valorización del café en Isabela - Galápagos”, aborda la limitada diversificación de actividades turísticas vinculadas al entorno rural en la isla de Isabela. Investigaciones previas han demostrado la importancia del agroturismo como estrategia de desarrollo sostenible en territorios rurales. El objetivo del estudio fue diseñar una experiencia de agroturismo para la valorización del café en la finca “Mar y Luna Café”. El diseño basado en el usuario aplicado al turismo es un enfoque cualitativo metodológico que consiste en planificar y desarrollar experiencias turísticas considerando las necesidades, motivaciones, expectativas y percepciones del visitante, con el fin de generar propuestas más satisfactorias, atractivas y significativas. Los resultados evidenciaron que la caficultura ofrece condiciones favorables para el desarrollo de una experiencia turística basada en la participación, la interpretación y la conexión con el entorno. Esto permite generar una propuesta estructurada en momentos vivenciales que integran el proceso del café. Los resultados sugieren que la experiencia contribuye a la valorización del producto local y al fortalecimiento del turismo rural en Isabela.

Palabras clave: agroturismo, café, experiencia turística, Galápagos, interpretación, turismo rural

ABSTRACT:

This study, entitled “*Design of an agrotourism experience as a strategy for the valorization of coffee in Isabela- Galápagos*”, addresses the limited diversification of tourism activities linked to the rural environment on Isabela Island. Previous research has demonstrated the importance of agrotourism as a strategy for sustainable development in rural areas. The objective of the study was to design an agrotourism experience for the valorization of coffee at the “Mar y Luna Café” farm. User-centered design applied to tourism is a qualitative methodological approach that consists of planning and developing tourism experiences by considering the needs, motivations, expectations, and perceptions of visitors, in order to generate more satisfactory, attractive, and meaningful proposals. The results showed that coffee cultivation offers favorable conditions for the development of a tourism experience based on participation, interpretation, and connection with the environment. This makes it possible to generate a proposal structured in experiential moments that integrate the coffee process. The findings suggest that the experience contributes to the valorization of the local product and to the strengthening of rural tourism in Isabela.

Keywords: agrotourism, coffee, experiential tourism, Galapagos, interpretation, rural tourism

ÍNDICE

Índice de contenido

DEDICATORIA	<i>I</i>
AGRADECIMIENTO	<i>II</i>
RESUMEN:	<i>III</i>
CAPÍTULO I	<i>1</i>
1. ANTECEDENTES DEL PROYECTO TURÍSTICO	<i>1</i>
1.1. Introducción	<i>1</i>
1.2. Problemática	<i>1</i>
1.3. Justificación de la propuesta	<i>3</i>
1.4. Objetivos de la investigación	<i>5</i>
1.4.1. Objetivo general	<i>5</i>
1.4.2. Objetivos específicos	<i>5</i>
1.5. Metodología	<i>5</i>
1.5.1. Fase I: Planteamiento, fundamentación y diagnóstico contextual	<i>6</i>
1.5.2. Fase II: Diseño técnico de la experiencia agroturística	<i>6</i>
1.5.3. Fase III: Validación participativa y propuesta de promoción	<i>7</i>
CAPÍTULO II	<i>8</i>
2. PLANTEAMIENTO TEÓRICO Y DIAGNÓSTICO TERRITORIAL	<i>8</i>
2.1. Introducción	<i>8</i>
2.2. Turismo rural	<i>8</i>
2.3. Agroturismo	<i>9</i>
2.4. El agroturismo en Isabela	<i>11</i>
2.5. Diagnóstico territorial	<i>15</i>
CAPÍTULO III	<i>19</i>
3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA E IMPACTOS TERRITORIALES	<i>19</i>
3.1 Introducción	<i>19</i>
3.2 Propósito de la experiencia.	<i>19</i>
3.3. Caracterización del cliente objetivo	<i>21</i>
3.3.1. Segmentación del mercado objetivo	<i>21</i>
3.3.2. Construcción del Buyer Persona	<i>23</i>

3.4. Caracterización de la competencia	26
3.5. Propuesta de valor y modelo de negocio	30
3.5.1. Propuesta de valor	30
3.5.2. Mapa de empatía de la propuesta	30
3.5.3. Mapa de valor	31
3.5.4. Encaje de la propuesta	33
3.6. Diseño de la experiencia	33
3.6.1. Estructura base de la experiencia	37
3.6.2. Diseño del recorrido	38
3.6.3. Modelo de negocio Experiencia Agroturística “Mar y Luna Café”	41
3.6.3.1. Propuesta de valor	44
3.6.3.2. Recursos clave	44
3.6.3.3. Socios clave de la propuesta	45
3.6.3.4. Canales de distribución	46
3.6.3.5. Estructura de costos e ingresos	48
3.7. Elaboración del plan de promoción del proyecto turístico	51
3.7.1. Justificación de la estrategia de promoción	51
3.7.2. Creación de la marca del proyecto	52
3.7.3. Justificación del nombre	52
3.7.4. Identidad visual	53
3.8. Proceso de socialización territorial	55
3.8.1. Propósito de la socialización	55
3.8.2. Descripción de los actores locales que asistieron a la socialización	55
3.8.3. Desarrollo del proceso de socialización:	56
3.8.3.1. Descripción de los temas tratados durante la socialización	56
3.8.3.2. Criterios y aportes de actores territoriales durante la socialización	57
3.8.3.3. Compromisos de los actores locales	58
CAPÍTULO IV	59
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	59
4.1. Introducción	59
4.2. Conclusiones	59
4.3. Recomendaciones	60

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tablas

Tabla 1 Mapa de empatía de la propuesta	31
Tabla 2 Matriz de diseño operativo y experiencial: ruta “del grano a la taza”	39

Tabla 3 Estructura de costos e ingresos	48
Tabla 4 Modelo de negocio CANVAS para finca Mar y Luna	50
Figuras	
Figura 1 Esquema explicativo de las fases metodológicas de la investigación	6
Figura 2 Trabajador del agro en la finca Mar y Luna	11
Figura 3 Vista del paisaje abierto en finca Mar y Luna	12
Figura 4 Visita técnica en la finca Gardenia de Lincoln Moscoso	12
Figura 5 Exposición de productos agrícolas en feria turística de finca Los Naranjos en la zona urbana de Pto. Villamil	13
Figura 6 Ubicación de las islas Galápagos	15
Figura 7 Ubicación de la Finca Mar y Luna en el sector La Pretoria de la parroquia Tomás de Berlanga	17
Figura 8 Nietos de los propietarios en la finca	20
Figura 9 Mapa de valor	32
Figura 10 Proceso artesanal del tueste de granos de café en la finca Mar y Luna	35
Figura 11 Presentación comercial de café orgánico expuestos en feria de emprendedores en la parroquia Tomás de Berlanga en Isabela	36
Figura 12 Presentación comercial del café orgánico en envase de vidrio	36
Figura 13 Estudiante promocionando la finca Mar y Luna	47
Figura 14 Estudiante exponiendo productos que ofrece la finca Mar y Luna	48
Figura 15 logotipo del cafetal Mar y Luna	52
Figura 16 Flyer promocional cara frontal	54
Figura 17 Flyer promocional cara posterior	54
Figura 18 Estudiante Bella Peñaherrera con autoridades de la isla Isabela en la socialización territorial del proyecto	57

Figura 19 Estudiantes de la carrera de turismo rural con autoridades de la isla Isabela	57
---	----

Anexos

Anexo 1 Matriz de caracterización de cliente objetivo	64
Anexo 2 Matriz de caracterización de la competencia del mercado	65
Anexo 3 Matriz de diseño de la experiencia turística	67
Anexo 4 Invitación formal al alcalde de Isabela, Ing. Alfredo Morocho a la socialización territorial	68
Anexo 5 Invitación formal al presidente del GAD Tomás de Berlanga de Isabela, Tnlg. Emilio Armas a la socialización territorial	69
Anexo 6 Copias del registro de asistencia de la socialización del proyecto	70

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES DEL PROYECTO TURÍSTICO

1.1. Introducción

El capítulo 1 de este proyecto presenta los fundamentos para diseñar una experiencia de agroturismo orientada a valorizar el café en Isabela, Galápagos. En primer lugar, se analiza la problemática central, que aborda tanto los beneficios que aporta el café local al turismo, como la falta de integración entre la agricultura y el sector turístico. A continuación, se expone la justificación del proyecto, que argumenta la importancia de crear una experiencia agroturística que impulse el desarrollo productivo local y contribuya al bienestar social y económico, siempre bajo los principios de sostenibilidad.

La metodología adoptada se sustenta en un enfoque cualitativo aplicado, con un alcance descriptivo y una orientación participativa. En la primera fase se desarrollan la revisión documental y el análisis contextual, en los que se examinan las normativas vigentes y las características del territorio de Isabela. En la segunda fase, se aborda el diseño de la experiencia agroturística, considerando los elementos necesarios para su estructuración.

En el cafetal Mar y Luna, ubicado en el sector La Pretoria, se estructuran el recorrido, las actividades y el guion interpretativo que integran el proceso productivo del café, con elementos culturales y vivenciales, y una tercera fase que comprende la validación y sistematización de la propuesta, incorporando observaciones, ajustes técnicos y la consolidación del diseño final como producto turístico. De esta manera, se establecerán las bases conceptuales y metodológicas que sustenten el diseño de la experiencia como estrategia para la valorización del café local.

1.2. Problemática

La provincia de Galápagos constituye un territorio de alto valor ecológico, reconocida a nivel mundial por su biodiversidad única y la presencia de especies endémicas, razón por la cual ha sido declarada área natural protegida y Patrimonio Natural de la Humanidad. Esta condición ha impulsado la implementación de un marco normativo estricto, orientado principalmente a la conservación de los ecosistemas, lo que implica restricciones significativas al desarrollo de actividades productivas, en particular en el ámbito agrícola. En este contexto, la finca cafetalera ubicada en la parroquia Tomás de Berlanga representa un ejemplo del

esfuerzo de las familias rurales por mantener activa la producción agrícola en la isla de Isabela. Se trata de una unidad productiva de carácter familiar, en la que el trabajo se realiza de manera artesanal y mantiene un fuerte vínculo con el territorio.

Desde la declaración del archipiélago insular como Parque Nacional Galápagos en 1959, la superficie agrícola incorpora el 96.7% del territorio fue destinado a conservación, mientras que el 3.3% quedó como zona colonizada, incluyendo áreas urbanas y rurales. Con el paso del tiempo, la expansión urbana y el crecimiento del turismo han reducido progresivamente las tierras destinadas a la producción agrícola, hasta un total de 3027,65 hectáreas, lo que genera una presión territorial que afecta directamente a actividades como el cultivo de café (PDOT Isabela, 2023).

La producción de café constituye una fuente de sustento económico y una actividad que refleja el conocimiento empírico, la tradición y el compromiso con el cuidado del entorno natural. El proceso productivo del café en la finca se caracteriza por el uso de prácticas manuales en las etapas de siembra, mantenimiento, cosecha y procesamiento, lo que garantiza un manejo responsable del suelo y una mínima alteración del ecosistema. Estas prácticas cumplen con la normativa ambiental vigente en Galápagos, permiten conservar la calidad del café y fortalecer su identidad como producto local.

Cabe mencionar que el agroturismo se define como una modalidad turística que permite a los visitantes vivir experiencias en entornos rurales, alejados del urbanismo, combinando actividades agrícolas con espacios de descanso (Arteaga, 2025). A través de actividades interpretativas y vivenciales, los turistas pueden involucrarse en labores agrícolas, aprender sobre el proceso artesanal del café y establecer un vínculo más cercano con la cultura rural de la isla de Isabela.

En muchos casos, la producción agrícola se ve condicionada por controles estrictos, la falta de incentivos y la escasa articulación con otras actividades económicas, lo que ha provocado una disminución del interés por la agricultura y una dependencia creciente del turismo convencional como principal fuente de ingresos. No obstante, en este escenario restrictivo, la producción de café de altura en la isla Isabela presenta una situación particular. A diferencia de otros cultivos, el café es una actividad agrícola incentivada por las autoridades competentes, debido a su adaptación al ecosistema local, su bajo impacto ambiental y su contribución al desarrollo sostenible del territorio.

Según el PDOT Isabela (2023), en el análisis de la Población Económicamente Activa (PEA), las principales actividades productivas del cantón son el alojamiento y los servicios de comida, pesca y comercio, y, en menor medida, el sector agropecuario. Diversos estudios señalan que en el archipiélago existe una baja motivación para las actividades agrícolas, debido principalmente a su rentabilidad limitada en comparación con el turismo, que se ha consolidado como el eje económico dominante en Galápagos.

La promoción de esta finca cafetalera como espacio de agroturismo permitiría fortalecer la valorización del café en Isabela, tanto como producto de consumo como elemento representativo de la identidad local. Esta iniciativa contribuiría al desarrollo del turismo rural sostenible, al fortalecimiento de la economía familiar y a la conservación del patrimonio natural y cultural de la parroquia de Tomás de Berlanga.

1.3. Justificación de la propuesta

Con el diseño de una experiencia de agroturismo como estrategia para la valorización del café y el desarrollo del turismo rural en Isabela, se busca cautivar este modelo de atractivo turístico, ya que Isabela es privilegiada por diferentes micro hábitats y microclimas ideales para las siembras y cultivos de café orgánico. La integración de las actividades del campo con el sector turístico permite modernizar las economías rurales y proteger los recursos naturales, fortaleciendo la estructura social de las comunidades receptoras.

Para el archipiélago de Galápagos, este modelo representa una oportunidad clave para diversificar la producción local y avanzar hacia un esquema más sostenible; el agroturismo actúa como un motor de transformación para las economías rurales. En el caso específico de Galápagos, esta modalidad diversifica los ingresos y responde a la necesidad urgente de un turismo más consciente y menos invasivo que el modelo convencional (Sekar y Chávez, 2024).

La clave para entender la sostenibilidad de los procedimientos agrícolas rurales es la relación coevolutiva que se da entre la sociedad campesina y el ambiente, el resultado de este proceso es un sistema de producción que conserva una familiaridad más armónica con la naturaleza. Además, en el ámbito turístico, Galápagos es reconocido a nivel mundial por su biodiversidad y su modelo de turismo regulado. El diseño de una nueva oferta turística en El Cafetal Mar y Luna representa una alternativa innovadora que permite valorizar la actividad

agrícola, experimentar el turismo vivencial y fomentar el contacto directo del visitante con los procesos productivos, la cultura local y el entorno natural.

Al crear este proyecto, se fortalecerá el sector económico, lo que representará una oportunidad para diversificar la economía local, abriendo nuevas plazas de empleo como guías exclusivos, quienes acompañarán y darán charlas explicativas a los turistas en pequeños recorridos por senderos dentro del Cafetal Mar y Luna; reduciendo la dependencia del turismo de la flora, la fauna y los paisajes; y fomentando emprendimientos sostenibles que generen beneficios a largo plazo.

De acuerdo con el Ministerio de Turismo (2018), la caficultura insular registra una intervención en aproximadamente 492,8 hectáreas destinadas a este cultivo, incorporando a veinte nuevos productores que, gracias a su compromiso y al cumplimiento de los lineamientos establecidos para el manejo integral de los cafetales, obtuvieron la certificación para el uso de la denominación de origen café de Galápagos. Adicionalmente, se exportaron 66 toneladas métricas de café. El perfil sensorial del café se caracteriza por una acidez marcada y un amargor equilibrado que perdura en el paladar. Su fragancia es persistente y evoca matices minerales y orgánicos, como la ceniza o la tierra, que se mezclan con el aroma del café tostado.

Por tanto, con el diseño de la experiencia de agroturismo como estrategia para la valorización del café y el desarrollo del turismo rural en Isabela, Galápagos, se busca atraer a aquellas personas amantes del café que se desplazan de un lugar a otro en busca de catar y descubrir el mejor y nuevos conocimientos asociados al café, es una oportunidad de conocer Galápagos desde la experiencia agro turística y desde el café, descubriendo así nuevos aromas y texturas en un paraíso natural.

Frente a esta realidad, surge la necesidad de plantear alternativas que permitan integrar de manera sostenible la actividad agrícola con el turismo rural, generando beneficios económicos sin comprometer los principios de conservación que rigen en el archipiélago. El agroturismo se presenta como una estrategia viable, ya que promueve experiencias vivenciales en entornos productivos, fomenta el contacto directo entre visitantes y productores y contribuye a la revalorización de saberes tradicionales, de prácticas agrícolas sostenibles y de la identidad territorial. Esta modalidad turística permite diversificar la oferta existente, ampliar el tiempo de permanencia del visitante y fortalecer los emprendimientos productivos locales.

1.4. Objetivos de la investigación

Estos objetivos buscan guiar el proceso de diagnóstico, diseño y promoción de una propuesta turística que permita valorizar la producción local, fortalecer la identidad territorial de la isla Isabela y contribuir al desarrollo del turismo rural en el archipiélago de Galápagos.

1.4.1. Objetivo general

Diseñar una experiencia agroturística como estrategia para la valorización del café en Isabela- Galápagos

1.4.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar las características productivas y socioculturales del cafetal Mar y Luna, a fin de identificar su potencial para desarrollar una experiencia agroturística.
- Diseñar un circuito turístico interpretativo que combine actividades vivenciales, recorridos guiados y experiencias sensoriales en entorno al cultivo del café orgánico
- Elaborar un plan de promoción turístico de la experiencia de agroturismo del café en la finca Mar y Luna

1.5. Metodología

El presente proyecto se desarrolla bajo un enfoque cualitativo de tipo aplicado, con alcance descriptivo, diseño de corte transversal y orientación participativa moderada, cuyo propósito es diseñar una experiencia de agroturismo como estrategia para la valorización del café en Isabela, Galápagos. Metodológicamente, el estudio se estructura en tres fases: la primera fase de contextualización de territorio y diagnóstico contextual orientado a la identificación de las condiciones actuales de la zona donde está ubicado el proyecto, la segunda fase de análisis participativo, centrado en la recopilación y sistematización de las percepciones, conocimientos y prácticas de los actores locales; y una tercera fase de diseño de la propuesta de la experiencia agro turística, basada en hallazgos obtenidos.

El enfoque cualitativo resulta pertinente debido a que permite comprender las dinámicas territoriales, productivas y turísticas desde la perspectiva de los actores locales, considerando su percepciones, conocimientos y prácticas vinculadas a la caficultura y al turismo rural. Su carácter aplicado responde a la intención de generar una propuesta concreta que aporte

soluciones prácticas a una problemática territorial específica, mientras que el alcance descriptivo facilita la caracterización detallada de las condiciones actuales del territorio, sin manipular variables. El diseño de corte transversal implica que la recolección de información se realizará durante un periodo determinado, correspondiente al tiempo de ejecución del proyecto integrado.

A continuación, se presentará un esquema en donde se explicarán de manera resumida las fases antes mencionadas sobre la metodología de investigación de este proyecto:

Figura 1 Esquema explicativo de las fases metodológicas de la investigación



Elaboración propia (2026)

1.5.1. Fase I: Planteamiento, fundamentación y diagnóstico contextual

Esta primera fase corresponde al desarrollo del planteamiento del problema, de la justificación, de los objetivos y del sustento teórico de la investigación. En esta etapa se construye la base conceptual y metodológica del proyecto, se define el enfoque cualitativo aplicado, se establece el alcance descriptivo y se define el diseño de corte transversal. Adicionalmente, se realiza el diagnóstico territorial y turístico de la parroquia de Tomás de Berlanga. Para ello, se realiza una revisión del trabajo de campo mediante la observación directa y entrevistas a actores locales.

1.5.2. Fase II: Diseño técnico de la experiencia agroturística

Con base en los resultados del diagnóstico, esta fase se orienta al diseño técnico del recorrido en el cafetal Mar y Luna. Se definen el trazado interno, las estaciones interpretativas, los tiempos estimados, las condiciones de accesibilidad y la capacidad operativa preliminar.

Este proceso incluye la observación estructurada y las mediciones referenciales que aseguren la factibilidad logística y operativa de la experiencia.

1.5.3. Fase III: Validación participativa y propuesta de promoción

Por último, se desarrolla una fase de validación participativa mediante un taller de socialización con actores locales. En esta etapa se presenta el diseño preliminar, se recogen observaciones y se realizan ajustes técnicos. El proyecto culmina con la sistematización de resultados y la elaboración del diseño final de la experiencia junto con su plan de promoción turística rural, como aporte al fortalecimiento del turismo rural en la parroquia Tomás de Berlanga.

CAPÍTULO II

2. PLANTEAMIENTO TEÓRICO Y DIAGNÓSTICO TERRITORIAL

2.1. Introducción

El presente capítulo desarrolla el sustento teórico y el diagnóstico territorial que fundamentan la propuesta de diseño de la experiencia agroecológica “Mar y Luna Café”, ubicada en la isla Isabela, provincia de Galápagos. En este apartado se revisan los principales enfoques conceptuales relacionados con el turismo rural, el agroturismo y la valorización de productos locales, los cuales permiten comprender la importancia de integrar la actividad agrícola con el turismo sostenible, también, se incorpora el contexto territorial de la parroquia Tomás de Berlanga, caracterizada por su entorno natural protegido y por el desarrollo de actividades agrícolas a pequeña escala, entre las que destaca el cultivo de café, en este contexto se evidencia el potencial del agroturismo como una alternativa para diversificar la oferta turística de la isla, fortalecer la economía local y promover la valorización de los recursos productivos del territorio.

2.2. Turismo rural

El turismo rural se fundamenta en el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de productos turísticos alternativos, y se reconoce como una de las actividades que mejor integra las distintas dimensiones de la ruralidad, concentrando el carácter multifuncional del territorio, puede entenderse como un motor de desarrollo local, especialmente en comunidades donde la actividad industrial no tiene papel relevante, en este contexto el turismo se presenta como un sector capaz de generar empleo y dinamizar la economía local. Por ello, la función turística también se considera un criterio importante para la delimitación y comprensión del territorio (Pérez, 2010).

El turismo rural se basa en el aprovechamiento de los diversos recursos existentes en los espacios rurales, tales como paisajes naturales, las actividades agrícolas, las tradiciones culturales y el modo de vida de las comunidades locales, estos elementos se combinan y organizan de diferentes maneras para la creación de productos turísticos que permiten ofrecer experiencias auténticas a los visitantes, a partir de esta integración de recursos, se pueden

desarrollar múltiples actividades turísticas que enriquecen la experiencia del turista y, al mismo tiempo, ponen en valor las características propias del territorio (Pérez, 2010).

Los territorios rurales constituyen espacios donde se manifiestan diversos procesos sociales, resultado de una construcción social en la que la identidad se convierte en uno de sus elementos principales, el territorio puede entenderse como una base de identidad que se relaciona con distintos ámbitos, como la comunidad y el entorno social ya sea rural o urbano de esta manera el territorio representa una realidad vivida o percibida por las personas, en la que existe un grado variable de apropiación y pertenencia (Pérez, 2010).

Dentro del turismo rural hay una alternativa innovadora que se ha consolidado como agroturismo, ya que integra actividades agrícolas con experiencias turísticas orientadas a responder a las actuales demandas de sostenibilidad económica, social y ambiental, posee la capacidad para dinamizar la economía rural al mismo tiempo que contribuye a la conservación de los recursos naturales y al fortalecimiento del tejido social de las comunidades locales (Herrera, 2024).

2.3. Agroturismo

El agroturismo suele asociarse con estancias vacacionales en granjas o con actividades propias de los propietarios rurales. Su concepción más amplia se configura como un emprendimiento sostenible, generalmente de carácter familiar o comunitario, orientado al aprovechamiento integral de los recursos locales para atraer visitantes. Puede entenderse como un proceso cultural que ofrece diversas alternativas de recreación. Promoviendo la conexión del turista con la naturaleza y, en particular, con los paisajes agrícolas (Quiñonez, 2020).

El agroturismo es una actividad que se realiza en granjas o plantaciones donde los actores complementan sus ingresos económicos facilitando a sus visitantes hospedaje, alimentación y en algunos casos familiarización con trabajos agropecuarios, actividades de las cuales se obtiene una remuneración económica que sostiene el negocio principal, también genera servicios recreativos vinculados con las costumbres y tradiciones de cada pueblo atrayendo visitantes interesados en conocer el trabajo que realizan los trabajadores o quienes viven en las fincas (Pozo, 2023).

El agroturismo tiene como finalidad principal responder a las demandas de segmentos de mercado sensibles al medio ambiente, interesados en comprender la cultura y las tradiciones

del ámbito rural. Esta modalidad promueve nuevas formas de integración dentro de las dinámicas regionales del turismo, basándose en la conservación de prácticas agrarias sostenibles y contribuyendo al fortalecimiento del desarrollo socioeconómico de las comunidades campesinas.

En el contexto ecuatoriano, los productos agroturísticos que se ofrecen con mayor frecuencia incluyen la provisión de alimentos elaborados con productos de cosecha propia, paseos a caballo, actividades de aventura, programas de educación ecológica, recorridos en transporte local y talleres de cocina tradicional. Por otra parte, las distintas manifestaciones del turismo comunitario, entre ellas el agroturismo, incorporan un importante componente antropológico, orientado a comprender la relación entre los elementos culturales y sociales que sustentan el modo de vida de las comunidades en cada territorio (Gortaire et al., 2024).

En términos generales, el agroturismo se refiere a un conjunto de actividades promovidas y gestionadas por agricultores con el propósito de fortalecer y complementar su actividad productiva principal. Estas experiencias invitan a los turistas a integrarse y conocer las tradiciones locales, resaltando los valores culturales y productivos vinculados a la agricultura. Dichas actividades se ofrecen como servicios turísticos organizados, por los cuales se establece una retribución económica (Gortaire et al., 2024).

El agroturismo se fundamenta en la unidad productiva, ya sea de carácter agrícola, pecuario o mixto, que constituye su soporte físico y funcional. Al derivarse del turismo rural, esta modalidad puede propiciar la transformación de las fincas en espacios con potencial turístico, lo que favorece la diversificación de actividades y servicios. Entre estos se incluyen opciones de alojamiento, recreación y entretenimiento que complementan la producción tradicional y amplían las oportunidades económicas del entorno rural, (Buitrago y Garzón, 2025).

En este proyecto, al tratarse de un perfil agrícola, es importante destacar que Ecuador también se destaca por la producción de café gourmet y de otras variedades especiales. En las islas Galápagos, el cultivo de café gourmet se realiza en cantidades reducidas; sin embargo, al tratarse de un producto orgánico, presenta cualidades sensoriales particulares en cuanto a sabor y aroma. Estas características lo posicionan entre los cafés más finos del mundo; su superioridad en calidad se refleja en su reconocimiento y valor en el mercado.

El café requiere condiciones ambientales específicas para desarrollarse adecuadamente y producir semillas. Entre los factores más importantes se encuentran la temperatura, la altitud,

la presencia de vientos, el nivel de precipitaciones y la humedad. Cada una de estas variables influye directamente en el crecimiento y rendimiento del cultivo, por lo que es fundamental comprender su importancia para garantizar la producción del café, (Andrade, 2022).

2.4. El agroturismo en Isabela

La actividad turística en la isla de Isabela se inició principalmente vinculada al turismo de naturaleza, debido a la riqueza ecológica y paisajística del territorio. Durante varios años, la oferta de actividades se centró en recorridos a sitios de visita, senderismos y observación de la flora y la fauna endémicas, dejando en segundo plano las zonas agrícolas. Sin embargo, con el paso del tiempo surgió la necesidad de diversificar la oferta turística y vincularla con las demás actividades tradicionales del sector rural (PDOT Isabela, 2023).

El agroturismo comenzó a posicionarse como una alternativa complementaria, permitiendo integrar la producción agrícola con experiencias vivenciales para los visitantes. Algunos emprendimientos locales empezaron a abrir sus fincas para mostrar sus procesos productivos, especialmente los relacionados con el café, lo que dio lugar a los primeros acercamientos al turismo rural en la isla (PDOT Isabela, 2023). En la figura 2 se muestra a un trabajador de la finca Mar y Luna explicando a los visitantes el manejo de las plantaciones de café y en la figura 3 se muestra el paisaje que se puede observar desde el mirador de la finca:

Figura 2 *Trabajador del agro en la finca Mar y Luna*



Elaboración propia (2026)

Figura 3 *Vista del paisaje abierto en finca Mar y Luna*



Elaboración propia (2026)

Dentro del sector cafetalero de La Pretoria en la isla Isabela existen cinco competidores directos para la propuesta “Mar y Luna Café”, como la Finca Gardenia de Lincoln Moscoso, la Finca Los Naranjos del Señor Osorio, la Finca Pinzón, la finca Cuatro Hermanos y la finca Bellavista estas fincas operan principalmente como productores de café y están ya desarrollando experiencias turísticas estructuradas, lo que define el nivel medio de competencia en la zona, en la figura 4 se muestra a personal de la entidad pública Ministerio de Turismo visitando la finca Mar y Luna.

Figura 4 *Visita técnica en la finca Gardenia de Lincoln Moscoso*



Elaboración propia (2026)

La finca Gardenia presenta participación baja en el mercado debido a su reciente incursión en la actividad cafetalera, su oferta se limita exclusivamente a la comercialización de café

tostado, lo que evidencia un nivel reducido de innovación y diversificación de productos. Sus canales de distribución son limitados, ya que las ventas se realizan principalmente de forma directa entre conocidos, lo que reduce su competitividad frente a propuestas más completas.

La finca Los Naranjos muestra un grado de participación de mercado medio, gracias a su trayectoria más larga y a la producción de dos variedades como lo son el café tostado y el café molido, al igual que la Finca Gardenia, su enfoque sigue siendo principalmente productivo, sin integrar actividades turísticas ni estrategias orientadas al visitante su reputación es moderada y tampoco cuenta con servicio al cliente o soporte posterior a la venta, la figura 5 exhibe a propietarios de la finca Los Naranjos en feria turística en la isla Isabela.

Figura 5 *Exposición de productos agrícolas en feria turística de finca Los Naranjos en la zona urbana de Pto. Villamil*



Elaboración propia (2026)

La Finca Pinzón, del señor César Jaramillo, se destaca por un mayor nivel de innovación en el mercado local. Cuenta con una marca propia de café, lo que fortalece su identidad comercial, y participa activamente en ferias y exposiciones en la isla de Isabela, lo que incrementa su visibilidad y reconocimiento. No obstante, su enfoque sigue orientado principalmente a la comercialización del producto, con una integración limitada de experiencias turísticas.

La Finca Cuatro Hermanos, propiedad de la señora Maribel Jaramillo, actualmente se encuentra en proceso de mejora y adecuación de su infraestructura. Estas acciones están orientadas a fortalecer su capacidad para recibir visitantes, mediante la implementación de pasarelas y espacios más accesibles, lo que evidencia una transición progresiva hacia la incorporación de actividades turísticas. Sin embargo, su propuesta aún se encuentra en fase de desarrollo.

La Finca Bellavista presenta una oferta más diversificada que la de las demás, incorporando actividades de entretenimiento vinculadas al entorno rural. Entre estas se destacan los paseos a caballo y experiencias relacionadas con el manejo de ganado, como el ordeño de vacas, así como el contacto con la fauna local. Esto le permite acercarse más al turismo experiencial, aunque su enfoque no está centrado específicamente en la valorización del café como eje principal.

En síntesis, las fincas analizadas presentan, en su mayoría, un enfoque centrado en la producción y comercialización del café, con estrategias de innovación limitadas y escasa orientación al turismo experiencial. Si bien algunas, como la Finca Pinzón, evidencian avances en posicionamiento comercial, y otras, como Cuatro Hermanos y Bellavista, muestran una transición hacia la incorporación de actividades turísticas, estas aún no se encuentran completamente estructuradas ni consolidadas como experiencias agroturísticas integrales. Esta situación evidencia que el mercado local se encuentra en proceso de desarrollo, ofreciendo un espacio propicio para la implementación de nuevas propuestas, como “Mar y Luna Café”, que busca diferenciarse mediante una experiencia agroecológica, educativa y vivencial centrada en el visitante, aportando valor añadido al destino y aprovechando un nicho con baja competencia en servicios turísticos especializados.

Desde el ámbito económico, la propuesta de este proyecto busca poner en valor el café de Galápagos como un producto identitario del territorio, permitiendo que el visitante conozca de forma directa los saberes, técnicas y prácticas agrícolas transmitidas por los productos locales a través del contacto con el entorno natural y la interacción con los la relación entre turismo, agricultura y cultura local, contribuyendo a la diversificación de la economía local mediante la integración de la actividad cafetalera con el turismo rural.

Esto permitirá generar ingresos complementarios para las familias agricultoras, fortalecer la economía circular y fomentar encadenamientos productivos locales vinculados a servicios de guía, alimentación, transporte y comercialización de productos derivados del café. Se espera la generación de plazas de empleo directo e indirecto, especialmente en el sector rural de la isla de Isabela (Buitrago y Garzón, 2025).

En el ámbito social, la experiencia agroturística promoverá la participación de los actores locales, fortalecerá el tejido social y el sentido de pertenencia al territorio. La inclusión de familias agricultoras y comunidades rurales en el diseño y la ejecución de la experiencia

permitirá mejorar las capacidades locales, incentivar la organización comunitaria y contribuir al mejoramiento de la calidad de vida mediante oportunidades económicas sostenibles y compatibles con el entorno protegido.

2.5. Diagnóstico territorial

Las islas Galápagos están situadas en el océano Pacífico, a aproximadamente 970 km de la costa continental de Ecuador, y están conformadas por 13 islas principales, de las cuales seis son de tamaño intermedio, con superficies que oscilan entre 1 y 10 km², así como otras de menor tamaño, junto con afloramientos rocosos que apenas alcanzan unos metros cuadrados. La flora y fauna, caracterizadas por ser nativas, endémicas y únicas, convierten las islas Galápagos en uno de los destinos naturales más extraordinarios del mundo. Debido a su gran relevancia, el archipiélago fue reconocido como Patrimonio Natural de la Humanidad en 1976, Reserva de la Biosfera por la UNESCO en 1984 y Sitio Ramsar en 2001 (UNESCO, 2020). A continuación, en la figura 6 se muestra la localización geográfica de las islas Galápagos en el Ecuador.

Figura 6 *Ubicación de las islas Galápagos*



Basado en: Islands Travel Tourism (2020)

La isla Isabela, ubicada en la provincia de Galápagos, en el océano Pacífico, a aproximadamente 1.000 kilómetros de la costa continental. Galápagos cuenta con una población de 28.583 habitantes, distribuidos en Santa Cruz, con 17.233 habitantes, siendo la más poblada de las islas, San Cristóbal, con 8.300, e Isabela, con 3.050 habitantes (INEC, 2025). Es la isla de mayor extensión del archipiélago y se caracteriza por su gran riqueza natural, conformada por ecosistemas volcánicos, zonas agrícolas y áreas protegidas que forman parte del Parque Nacional Galápagos, Su principal centro poblado es Puerto Villamil, donde se

concentra la mayor parte de la población y de las actividades económicas de la isla, a continuación, el mapa de la figura 5 muestra la ubicación de las islas Galápagos en el Ecuador.

Históricamente, el desarrollo de Isabela ha estado vinculado a diversas actividades productivas. En sus inicios, la isla estuvo asociada a actividades como la pesca y la agricultura a pequeña escala; posteriormente, con el reconocimiento internacional de Galápagos como un territorio de alto valor ambiental, se consolidaron políticas de conservación que influyeron en la organización territorial y las dinámicas económicas locales. En este proceso, el turismo se ha convertido en una de las principales actividades económicas, lo que ha generado nuevas oportunidades para la población local.

La calidad de vida en Puerto Villamil está estrechamente vinculada al uso ordenado del territorio y a la gestión sostenible del turismo. El equilibrio entre los espacios de vida, de producción, de cultura y de recreación fortalece el bienestar local y la imagen turística de la isla. En este contexto, mantener un modelo de desarrollo sostenible resulta fundamental para el futuro del turismo rural y comunitario en el archipiélago (PDOT Isabela, 2023).

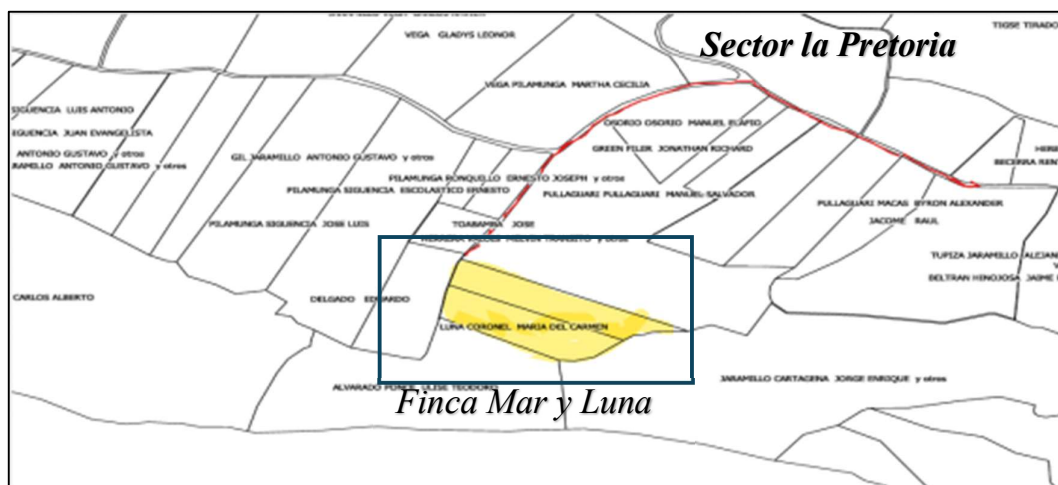
La isla depende en gran medida del turismo, actividad que constituye una de sus principales fuentes de ingresos y dinamiza gran parte de la economía local. De acuerdo con el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Isabela, el territorio cuenta con una población aproximada de 2.619 habitantes y presenta un crecimiento poblacional anual del 1,6%, lo que refleja un desarrollo demográfico relativamente estable en los últimos años. En cuanto a la composición poblacional, el 52% de los habitantes corresponde al género masculino y el 48% al femenino, lo que evidencia una distribución relativamente equilibrada entre hombres y mujeres en el cantón. (GAD Isabela, 2023)

En términos económicos, las principales actividades productivas del cantón Isabela se relacionan con el turismo, la agricultura, la pesca y el comercio, siendo el sector turístico uno de los más representativos entre la población económicamente activa. No obstante, la agricultura conserva un rol estratégico en el territorio, tanto por su aporte a la seguridad alimentaria como por su potencial para integrarse a iniciativas de turismo sostenible. En las zonas rurales se desarrollan sistemas de producción agrícola que incluyen cultivos como café, plátano, maíz, frutas tropicales y hortalizas, que constituyen un componente importante de la economía familiar y del abastecimiento, la posibilidad de fomentar la economía circular

mediante la generación de empleo local, el fortalecimiento de cadenas productivas y la diversificación de la oferta turística de Isabela.

Desde el punto de vista territorial, el área de estudio se localiza en la zona rural de la isla de Isabela, específicamente en el sector La Pretoria, de la parroquia Tomás de Berlanga. Esta zona se caracteriza por presentar un paisaje rural- natural conformado por suelos volcánicos fértiles, condiciones climáticas favorables, presencia de neblina en épocas específicas y una altitud adecuada para el cultivo de café de altura. Históricamente, este territorio ha estado vinculado a actividades agrícolas tradicionales, desarrolladas principalmente por familias agricultoras que han transmitido conocimientos ancestrales sobre el manejo de la tierra, la siembra y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, como se observa. En la Figura 7 se presenta el mapa de ubicación de la parroquia Tomás de Berlanga en la isla Isabela, donde se señalan el sector La Pretoria y la localización de la finca Mar y Luna, área específica en la que se desarrolla la presente investigación.

Figura 7 Ubicación de la Finca Mar y Luna en el sector La Pretoria de la parroquia Tomás de Berlanga



Basado en: Archivos del GAD Municipal Isabela (2025)

La producción de café de altura en Isabela constituye una actividad de alto valor simbólico y productivo, ya que se desarrolla en un entorno insular protegido, bajo criterios de conservación, con identidad local y con atributos diferenciadores como la denominación de origen, los sellos de familia agricultora, el registro sanitario, así como procesos de empaque y etiquetado que garantizan la calidad e inocuidad del producto; estos elementos fortalecen el vínculo entre el territorio, el producto y la experiencia turística.

Las islas Galápagos han mantenido un lugar destacado entre los destinos turísticos ecosostenibles a nivel mundial. En los últimos años, además, el territorio ha impulsado el concepto de turismo accesible como parte de su modelo de desarrollo turístico, por esta razón, diversas actividades y atractivos como recorridos por volcanes, playas y experiencias de aventura como el snorkel (Macías, 2020).

Dicho lo anterior, se puede concluir que el turismo rural y el agroturismo se consolidan como alternativas sostenibles que permiten diversificar la actividad turística y promover el desarrollo de los territorios rurales. Estas modalidades integran los recursos naturales, culturales y productivos de las comunidades, generan oportunidades económicas y fortalecen la identidad local. Y en el contexto de la isla Isabela, el agroturismo representa una oportunidad importante para complementar el turismo tradicional del archipiélago, poniendo en valor las actividades agrícolas de tal manera que contribuye al desarrollo rural sostenible en las islas Galápagos.

Se prevé que la implementación de la experiencia agroturística del cafetal Mar y Luna en la isla Isabela genere impactos positivos en los ámbitos económicos, sociales, culturales y ambientales, en concordancia con los principios del turismo sostenible y las particularidades territoriales del archipiélago de Galápagos.

CAPÍTULO III

3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA E IMPACTOS TERRITORIALES

3.1 Introducción

Este capítulo desarrolla la propuesta de agroturismo para el cafetal “Mar y Luna”, ubicado en la zona alta de la isla Isabela, a partir de los resultados del proceso de investigación previo. En esta sección se presenta el diseño de la experiencia turística basada en el café artesanal, detallando sus componentes, el perfil del cliente objetivo y la propuesta de valor; se analiza la viabilidad del proyecto en sus dimensiones técnica y territorial, con el fin de determinar su factibilidad de implementación, se evidencia como la propuesta responde a una necesidad específica del territorio y plantea alternativas sostenibles e innovadoras para el desarrollo turístico en Galápagos.

3.2 Propósito de la experiencia.

La propuesta de agroturismo en el cafetal “Mar y Luna” tiene como propósito principal ofrecer al visitante una vivencia auténtica e integral en torno al proceso artesanal del café, diferenciándose de la oferta turística tradicional de la isla Isabela, que se centra mayoritariamente en actividades vinculadas al entorno de playa en la parroquia de Puerto Villamil. En este contexto, se plantea un enfoque vivencial y participativo, en el que el turista observa y se involucra directamente en las actividades de la finca, acompañando a los propietarios en las distintas etapas del proceso productivo.

El valor diferencial radica en su carácter interactivo y educativo, ya que permite al visitante comprender el proceso del café desde su origen en un entorno rural. Esta interacción genera beneficios tangibles, como el acceso a un producto final de calidad elaborado con mano de obra local y la posibilidad de adquirir café artesanal, así como beneficios intangibles asociados al aprendizaje y a la conexión con el entorno agrícola. Dicho entorno se caracteriza por los paisajes de la zona alta de la isla, la presencia de cultivos de café y de vegetación nativa, y la tranquilidad propia de la parroquia Tomás de Berlanga, lo que facilita la desconexión del entorno urbano y el acercamiento a la vida del campo.

A partir de este enfoque, el proyecto se orienta a contribuir al desarrollo sostenible de la isla de Isabela mediante la integración de la actividad agrícola con el turismo. Para ello, se plantea la implementación de un recorrido guiado de aproximadamente tres horas por los senderos del cafetal, durante el cual los visitantes participan en actividades como el cultivo, el tueste, la molienda y la degustación del café, lo que constituye una alternativa económica complementaria para los propietarios y trabajadores de la finca.

De manera complementaria, se impulsa la comercialización directa del café producido en el lugar, lo que permite generar ingresos adicionales mediante su venta en distintas presentaciones. La incorporación de material informativo, como el tríptico, fortalece la comprensión del proceso productivo y contribuye a la valorización del café como producto local.

En conjunto, esta iniciativa fortalece la actividad económica del cafetal y contribuye al desarrollo del turismo rural en la zona alta de la isla, al incorporar una propuesta estructurada que vincula al visitante con la realidad agrícola del territorio. De este modo, se contribuye a dinamizar la economía local y a revalorizar las prácticas tradicionales de cultivo, consolidando una alternativa viable y contextualizada en la parroquia de Tomás de Berlanga. En la figura 8 se aprecian niños disfrutando del atractivo agrícola de la finca.

Figura 8 *Nietos de los propietarios en la finca*



Elaboración propia (2026)

3.3. Caracterización del cliente objetivo

El cliente objetivo de la propuesta corresponde a turistas que visitan la isla Isabela y que buscan complementar las actividades turísticas predominantes de la isla con experiencias más auténticas y vinculadas al entorno rural. Se trata de visitantes interesados en conocer la vida agrícola de la zona alta de la isla, específicamente en la parroquia Tomás de Berlanga, donde se desarrolla el cultivo de café. Este tipo de turista valora el contacto directo con el territorio, la participación en actividades productivas y el aprendizaje de procesos locales, como el cultivo y transformación del café artesanal, como se muestra en anexo 2 matriz de caracterización de cliente objetivo.

3.3.1. Segmentación del mercado objetivo

La segmentación del mercado objetivo es una herramienta fundamental para identificar y comprender las características del público al que se dirige la propuesta turística. En el contexto del presente proyecto, enfocado en el turismo rural y la ruta agroecológica del café en la isla de Isabela, esto permite definir perfiles de visitantes con intereses afines a experiencias sostenibles, vivenciales y vinculadas al entorno natural. Para ello, se analizan las siguientes variables:

- **Demográfica:**

El proyecto está dirigido principalmente a personas entre 16 y 60 años, a hombres y mujeres, con un nivel educativo básico a medio, se trata de jóvenes, adultos emprendedores con ingresos medios o altos, que cuentan con la capacidad económica para realizar actividades turísticas en destinos como Galápagos. Este recorrido también está pensado para grupos familiares con niños.

- **Geográfica:**

El cliente proviene principalmente de entornos urbanos, tanto a nivel nacional como internacional. En el caso de turistas nacionales, destacan ciudades como Quito, Guayaquil y Cuenca; mientras que, a nivel internacional, se consideran visitantes de Norteamérica y Europa. Se incluye población local de la isla Isabela y de islas vecinas, como residentes, familias y emprendedores del territorio, quienes participan en este tipo de actividades recreativas y de esparcimiento dentro de su propio entorno que realizan viajes ocasionales o actividades de corta

duración, con interés en conocer espacios rurales y experiencias vinculadas a la producción local.

- **Psicográfica:**

Corresponde a turistas interesados en el contacto con la naturaleza, el turismo rural y las experiencias fuera del entorno urbano. Este segmento incluye tanto adultos como jóvenes y adolescentes que, sin importar su nivel de consumo de café, se sienten atraídos por actividades al aire libre, recorridos en fincas y el aprendizaje de procesos productivos locales. Valorán la tranquilidad, la desconexión de la rutina diaria y la posibilidad de compartir en entornos naturales con familiares o amigos.

Entre sus principales motivaciones, el turista busca vivir experiencias auténticas, conocer la dinámica de la vida en el campo, interactuar con el entorno agrícola de la zona cafetalera de la isla y generar una conexión más cercana con la parroquia Tomás de Berlanga, muestra interés por actividades sostenibles y por el reconocimiento de prácticas tradicionales de saberes del café que forman parte de la identidad local.

- **Conductual:**

El comportamiento de este segmento se caracteriza por la búsqueda de experiencias organizadas que les permitan interactuar directamente con el entorno y participar en actividades prácticas. Antes de realizar la visita, los turistas suelen informarse a través de redes sociales, de recomendaciones de conocidos, de contenido digital y, en algunos casos, de guías u operadores turísticos locales.

Durante su estadía en Isabela, tienden a combinar distintos tipos de actividades e incorporar propuestas rurales como complemento de su itinerario. Generalmente viajan en pareja, en grupos de amigos o en familia, incluidos residentes locales y de otras islas que realizan visitas recreativas de corta duración; muestran interés en adquirir productos locales como recuerdo de la experiencia, valorando especialmente aquellos que reflejan la identidad y la producción artesanal, como el café.

3.3.2. Construcción del Buyer Persona

El buyer persona permite representar de manera detallada al cliente ideal del proyecto, a partir de la integración de características, necesidades, motivaciones y comportamientos previamente identificados en la segmentación del mercado. En el contexto de la ruta agroecológica del café, esta herramienta busca comprender el perfil del visitante potencial, orientando el diseño de experiencias turísticas más personalizadas, auténticas y alineadas con sus expectativas. A continuación, se describen los perfiles identificados:

- **Eco-aventureros**

Este perfil se aplica a adultos de 20 a 50 años, profesionales o estudiantes de posgrado, de nivel educativo medio-alto, nacionales e internacionales, que viajan solos, en pareja o en pequeños grupos de amigos. Los cuales buscan contacto con la naturaleza y experiencias auténticas, desean aprender sobre el patrimonio agrícola y cultural del café en Isabela, participar en actividades vivenciales y contribuir a la sostenibilidad local.

Consumen reseñas en TripAdvisor y blogs de viajes, comparten fotos y videos en Instagram y TikTok, a estos clientes les atrae el contenido visual de alta calidad (paisajes, procesos del café, experiencias inmersivas). Usan canales digitales de preferencia como Instagram, YouTube, Google Maps, blogs de viajes, TripAdvisor.

- **Turistas culturales**

Esta experiencia mezcla aprendizaje cultural, historia cafetalera, saberes locales con experiencia vivencial y contacto con la naturaleza recorrido por cafetales, actividades prácticas, degustaciones. Este perfil está dirigido para turistas entre 35 y 40 años que buscan conocer la identidad del destino, costumbres y formas de vida, además les atraiga lo auténtico.

Exploran reseñas en diferentes plataformas como TripAdvisor con contenido de valor educativo, así también los turistas esperan recorridos guiados por el cafetal, talleres de tostado y molienda de café, degustaciones con productos locales, interacción con la comunidad, caminatas interpretativas y espacios de descanso en contacto con la naturaleza, Se alinea con personas que valoran autenticidad, sostenibilidad y cultura local, pero que también disfrutan del entorno natural y buscan experiencias diferentes.

- **Familias exploradoras**

Las familias exploradoras están conformadas por padres de entre 30 y 45 años que viajan acompañados de niños o adolescentes, buscando principalmente actividades seguras, educativas y entretenidas que puedan disfrutar en conjunto. Su motivación principal radica en fortalecer los vínculos familiares a través de experiencias compartidas, priorizando siempre la seguridad y la diversión. Sin embargo, en viajes anteriores han enfrentado dificultades como la falta de propuestas adaptadas para niños, preocupaciones relacionadas con la seguridad y experiencias poco dinámicas o interactivas.

Para tomar decisiones, suelen informarse mediante búsquedas en Google, recomendaciones y reseñas, prestando especial atención a contenidos que garanticen confiabilidad. En este sentido, esperan servicios que ofrezcan experiencias participativas, como la cosecha, molienda y degustación del café en espacios seguros y actividades didácticas que involucren a todos los miembros de la familia.

- **Nómadas digitales**

Los nómadas digitales son turistas de entre 25 y 40 años, en su mayoría extranjeros, que combinan el trabajo remoto con el deseo de vivir experiencias auténticas en los destinos que visitan. Este segmento busca un equilibrio entre sus responsabilidades laborales y la exploración del entorno local, optando, en general, por estancias prolongadas. Se sienten motivados por la posibilidad de integrarse a la cultura del lugar, de vivir experiencias únicas y de romper con la rutina diaria.

Han experimentado frustraciones como la baja calidad de la conectividad, la falta de espacios adecuados para trabajar y la oferta de actividades poco auténticas. Su proceso de decisión está fuertemente influido por el contenido en redes sociales y por plataformas como Reddit y Airbnb Experiences. Por ello, esperan encontrar ambientes tranquilos con acceso a internet confiable y propuestas de turismo relajado, como recorridos por cafetales y degustaciones, que les permitan disfrutar del destino sin descuidar su actividad laboral.

- **Senior slow-travelers**

Los seniors slow-travelers son personas mayores de 55 años, generalmente jubilados, tanto nacionales como extranjeros, que cuentan con un poder adquisitivo medio-alto y buscan

experiencias turísticas centradas en la tranquilidad, el bienestar y el contacto con la naturaleza. Este segmento prioriza actividades culturales y recreativas que no impliquen esfuerzo físico, valorando especialmente la comodidad, la seguridad y la posibilidad de disfrutar del entorno de manera pausada. Su motivación principal radica en aprender, relajarse y vivir experiencias significativas sin presiones ni exigencias. No obstante, en viajes anteriores han enfrentado inconvenientes como recorridos físicamente demandantes, deficiencias en la atención al cliente y falta de organización en los servicios.

Para informarse y tomar decisiones, suelen confiar en recomendaciones personales, agencias de viaje, así en plataformas como Facebook y el correo electrónico. En consecuencia, esperan servicios bien estructurados que ofrezcan experiencias guiadas, con tiempos adecuados, degustaciones y un acercamiento auténtico a la cultura local, sin requerir esfuerzos físicos intensos.

- **Turismo nacional joven**

El segmento de turismo nacional joven está compuesto por ecuatorianos de entre 18 y 30 años, principalmente estudiantes o profesionales, que buscan escapadas cortas, accesibles y atractivas, con un fuerte componente visual que pueda compartirse en redes sociales. Su decisión de viaje está motivada principalmente por el precio, la novedad del destino y el potencial “instagrameable” de la experiencia, lo cual influye directamente en su elección. Sin embargo, han experimentado frustraciones relacionadas con costos elevados, desorganización en los servicios, falta de información clara y propuestas poco llamativas. Este grupo se informa y toma decisiones a través de plataformas digitales como TikTok, Instagram y WhatsApp, donde el contenido visual y las recomendaciones desempeñan un papel clave. Por ello, esperan servicios que ofrezcan experiencias breves, económicas y visualmente atractivas, fáciles de disfrutar y compartir, que garanticen una experiencia entretenida.

- **Jóvenes exploradores rurales**

Los jóvenes exploradores rurales son personas de entre 20 y 35 años, en su mayoría ecuatorianas, estudiantes o profesionales jóvenes, interesados en vivir experiencias diferentes que les permitan conectarse con entornos rurales y alejarse de los destinos tradicionales. Este segmento busca autenticidad, contacto con la naturaleza y la oportunidad de descubrir lugares poco conocidos, motivado por el deseo de vivir experiencias únicas y significativas. A pesar de

ello, han enfrentado dificultades como la falta de organización, la escasa señalización y deficiencias en los servicios básicos durante sus viajes.

Para informarse, recurren a reseñas y contenido disponible en redes sociales como Instagram, TikTok, Google Maps, además de recomendaciones de otros viajeros. En este contexto, esperan servicios bien estructurados que incluyan actividades accesibles como glamping, recorridos rurales organizados y experiencias prácticas que les permitan interactuar con el entorno, aprender sobre procesos como el cultivo y producción del café y disfrutar de una vivencia auténtica en contacto directo con la naturaleza.

3.4. Caracterización de la competencia

Los emprendimientos que operan en el sector cafetalero de la isla de Isabela presentan distintos niveles de desarrollo en el mercado. En este contexto, se identifican dos competidores directos principales: la Finca Gardenia del Sr. Lincoln Moscoso, que evidencia un bajo posicionamiento y una oferta poco diversificada; y la Finca Los Naranjos del Sr. Osorio, que presenta una mayor participación en el mercado y una ligera diversificación de productos, aunque mantiene un enfoque predominantemente productivo; se reconocen como competidores indirectos otras fincas agroturísticas de la isla, que, si bien no se especializan exclusivamente en la actividad cafetalera, forman parte de la oferta de turismo rural y experiencial.

A continuación, se presenta la configuración de la oferta turística en Isabela considerando la competencia directa e indirecta que la experiencia tendría en su puesta en marcha, información que se ha tomado de la matriz de caracterización de la competencia del mercado realizada en este punto; ver anexo 1.

- **El cafetal del Señor Lincoln Moscoso “Finca Gardenia”**

Es un emprendimiento familiar que inició sus actividades hace aproximadamente 10 años, motivado por el interés de rescatar la tradición cafetalera en la isla de Isabela, en Galápagos. A lo largo de este tiempo, la finca ha desarrollado un proceso productivo centrado en el cultivo artesanal de café, aprovechando las condiciones climáticas y del suelo propias del sector. Aunque su crecimiento ha sido progresivo, se ha mantenido como una unidad productiva de pequeña escala, con énfasis en la calidad del grano.

Se posiciona como un emprendimiento con baja participación en el mercado debido a su reciente incursión en la actividad cafetalera, lo que limita su posicionamiento y reconocimiento. En cuanto a la innovación, su oferta es limitada, ya que se centra únicamente en la producción y comercialización de café tostado, sin diversificar sus productos ni incorporar experiencias turísticas. Su estrategia de competencia se basa en precios estándar, con una ligera diferenciación asociada a la calidad del producto, derivada de las condiciones de cultivo y altitud. Sin embargo, esta diferenciación no se acompaña de una propuesta de valor estructurada para el turismo.

Respecto a los canales de distribución, estos son limitados, ya que la comercialización se realiza de manera informal entre conocidos y en pequeños puntos locales. En términos de reputación de marca, el emprendimiento presenta baja visibilidad y posicionamiento en el mercado; el servicio al cliente es básico y se evidencia la ausencia de estrategias de fidelización. Este emprendimiento evidencia un enfoque predominantemente productivo, con escasa orientación al turismo y una capacidad competitiva limitada.

- **Cafetal del Señor Osorio “Finca Los Naranjos”:**

Es un emprendimiento con una trayectoria de aproximadamente 30 años, que se ha consolidado como uno de los referentes tradicionales de la actividad cafetalera en la isla de Isabela, Galápagos. A lo largo de su historia, la finca ha mantenido prácticas agrícolas sostenibles y ha fortalecido progresivamente sus procesos de producción, lo que le ha permitido mejorar la calidad del café y ampliar su presencia en el mercado.

Se posiciona como el emprendimiento más destacado en el contexto analizado, lo que refleja un mayor nivel de desarrollo en comparación con otros actores. Presenta una participación de mercado media, lo que indica un mayor grado de posicionamiento y presencia. En términos de innovación, muestra un nivel moderado al diversificar su oferta con café tostado y molido, lo que amplía sus posibilidades comerciales.

Su estrategia de competencia se basa en precios estándar, pero incorpora elementos de diferenciación vinculados a la calidad del producto y a los procesos de cultivo. Uno de sus principales factores competitivos es el desarrollo de canales de distribución más amplios, que

incluyen la comercialización a nivel local y la incipiente exportación a mercados internacionales como Estados Unidos, Alemania y España.

En cuanto a la reputación de la marca, esta cuenta con un posicionamiento más sólido, favorecido por su presencia en distintos mercados. Sin embargo, el servicio al cliente continúa siendo una debilidad, ya que no cuenta con estrategias de atención orientadas al visitante; a pesar de su mejor desempeño, este emprendimiento mantiene un enfoque centrado en la producción y comercialización del café, sin integrar plenamente el componente turístico.

- **Cafetal del Señor César Jaramillo “Finca Pinzón”:**

La Finca Pinzón, del señor César Jaramillo tiene una trayectoria de más de 30 años dentro de la actividad cafetalera en la isla Isabela, Galápagos, consolidándose como uno de los emprendimientos tradicionales del sector rural. Inicialmente, el cultivo y cosecha de café estaban destinados principalmente al consumo familiar, con el auge del agroturismo, la finca ha ampliado sus horizontes al incorporar experiencias dirigidas a turistas interesados en conocer la zona rural y valorar el proceso de producción del café de altura.

Se destaca por un mayor nivel de innovación en el mercado local, al combinar la producción cafetalera con actividades orientadas al visitante. Además, cuenta con una marca propia de café, lo que fortalece su identidad comercial y le permite diferenciarse de otros emprendimientos del sector. Su participación activa en ferias y exposiciones en la isla de Isabela incrementa su visibilidad y contribuye al reconocimiento de la marca.

Su estrategia competitiva se basa en la calidad del café y en el valor agregado de ofrecer experiencias vinculadas al cultivo, la cosecha y la elaboración del producto. Esto le permite posicionarse como un emprendimiento con potencial para diversificar su oferta y responder a nuevas tendencias del turismo rural y del agroturismo.

Aunque ha incorporado ciertos elementos vinculados a la experiencia turística, su enfoque continúa orientado principalmente a la comercialización del café, por lo que la integración de actividades turísticas sigue siendo limitada y constituye una oportunidad de fortalecimiento a futuro.

- **Cafetal de la Señora Maribel Jaramillo “Finca Cuatro Hermanos”:**

Es propiedad de la señora Maribel Jaramillo, constituye un emprendimiento en expansión dentro del sector cafetalero de la isla Isabela, Galápagos. Actualmente cuenta con plantaciones de café consolidadas y desarrolla un proyecto piloto con miras a incorporarse al turismo rural y agroturístico.

La finca está atravesando un proceso de mejora y adecuación de su infraestructura, orientado a fortalecer su capacidad para recibir visitantes. Entre las acciones implementadas se encuentran la construcción de pasarelas y la habilitación de espacios más accesibles, lo que evidencia una transición progresiva hacia la integración de actividades turísticas complementarias a la producción cafetalera.

Su principal fortaleza radica en el potencial de crecimiento que presenta, al encontrarse en una etapa temprana de desarrollo turístico. Esto le permite planificar su oferta de manera estratégica, incorporando elementos vinculados a la experiencia del visitante, al contacto con el entorno rural y a la valorización del proceso productivo del café.

Debido a que su propuesta aún se encuentra en fase de desarrollo, presenta un nivel limitado de posicionamiento y reconocimiento en el mercado local; todavía requiere consolidar su oferta turística, fortalecer su identidad comercial y desarrollar estrategias de promoción que le permitan diferenciarse frente a otros emprendimientos del sector.

- **“Finca Bellavista” del Señor Modesto Tupiza**

Cuenta con una trayectoria de más de 40 años en el sector rural de la isla Isabela, Galápagos, y es liderada por sus propietarios como un emprendimiento familiar consolidado. Desde hace más de 20 años ha incursionado en el agroturismo, ofreciendo gastronomía típica de la zona rural a turistas que llegan principalmente a través de agencias de viajes, bajo la modalidad de reserva previa.

A lo largo de los años, la finca ha diversificado progresivamente su oferta, incorporando actividades complementarias vinculadas al entorno agrícola y ganadero. Entre estas, destacan los paseos a caballo, el acompañamiento de jinetes en excursiones al volcán o dentro de la

misma finca, así como experiencias relacionadas con el manejo de ganado y el contacto con la fauna local.

Esto le permite posicionarse como uno de los emprendimientos con mayor acercamiento al turismo experiencial en el contexto analizado, al ofrecer actividades que conectan directamente al visitante con las dinámicas de la vida rural. Además, ha innovado conforme a las nuevas tendencias turísticas, generando experiencias únicas que integran la agricultura, la ganadería y el paisaje natural.

A pesar de que presenta una oferta más diversificada que la de otras fincas, su enfoque no está centrado específicamente en la valorización del café como eje principal de la experiencia. Por ello, existe la oportunidad de fortalecer este componente y vincularlo de manera más directa con las actividades turísticas que ya se desarrollan.

3.5. Propuesta de valor y modelo de negocio

3.5.1. Propuesta de valor

Más que un recorrido turístico, se propone una vivencia en el corazón rural de la isla de Isabela, donde el café se convierte en un puente entre la tierra y quienes la visitan. A través de la participación directa en su cultivo y transformación, el visitante comparte el ritmo del campo con sus productores. Cada etapa, desde el grano hasta la taza, revela aromas y tradiciones locales. Así, la propuesta ofrece una conexión auténtica con la naturaleza y la cultura, generando una experiencia de aprendizaje y de arraigo al territorio.

3.5.2. Mapa de empatía de la propuesta

Con el propósito de comprender al visitante potencial de la finca “Mar y Luna”, se utiliza el mapa de empatía como herramienta para identificar sus motivaciones, expectativas y percepciones respecto de la experiencia agroturística del café, especialmente en relación con el contacto con la naturaleza, la participación en los procesos del café y la búsqueda de vivencias auténticas en la isla de Isabela.

En la tabla 1 se presenta de manera sintética el perfil del cliente a través del mapa de empatía.

Tabla 1 Mapa de empatía de la propuesta

Trabajo del cliente	Frustraciones	Alegrías
Conectar profundamente con la naturaleza de Isabela.	Experiencias poco auténticas.	Disfrutar de la naturaleza y del ambiente tranquilo característico de Isabela.
Vivir experiencias auténticas vinculadas a la vida local y comunitaria.	Falta de interacción real con productores locales	Conectar con productores locales y entender su forma de vida
Aprender sobre procesos agroecológicos y producción local.	Actividades desorganizadas, inseguras o con poca estructura.	Tener contacto directo con la finca, caminar, observar plantas, participar en actividades prácticas.
Entender el trabajo rural.	Algunas personas no consumen café.	Degustar café fresco.
Participar en experiencias relajadas, educativas y significativas.	Ausencia de actividades prácticas, en las que solo se observa sin participar.	Sentir que apoyan iniciativas locales y sostenibles.
Acceder a actividades que permitan desconectarse.	Que la experiencia sea igual a la de otros coffee tours.	Para quienes aman el café “de la planta a la taza”.
	Ambientes que no reflejen sostenibilidad ni respeto por el medio ambiente.	

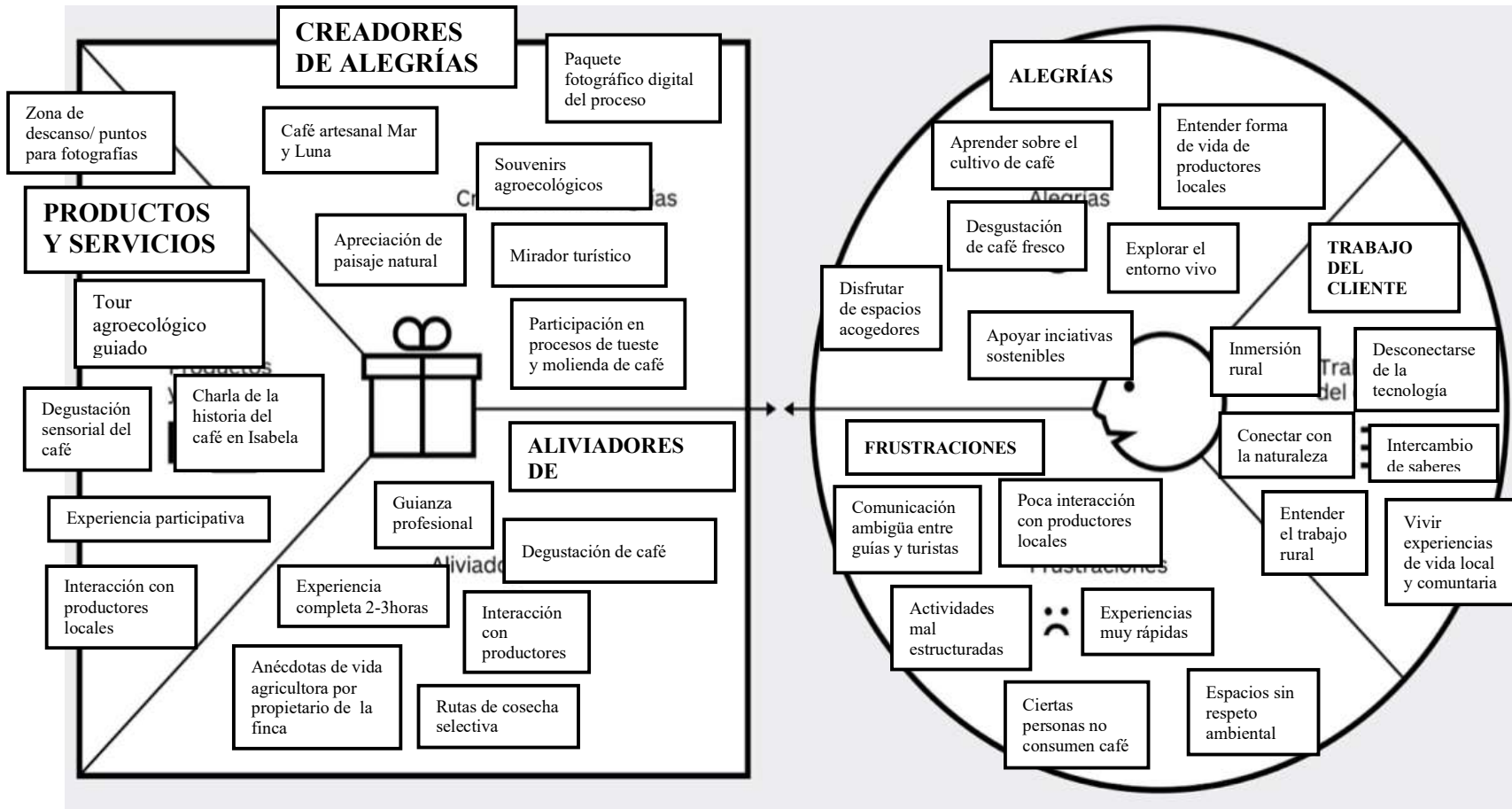
Elaboración propia (2026)

3.5.3. Mapa de valor

El mapa de valor de la experiencia “Mar y Luna” permite identificar cómo la propuesta responde a las necesidades y expectativas del visitante, a partir de sus motivaciones, frustraciones y beneficios esperados.

En la Figura 10 se presenta el mapa de valor, en donde se muestran las necesidades del cliente, expresadas en sus alegrías, trabajos y frustraciones relacionadas a la propuesta planteada en este proyecto, a través de sus productos y servicios, aliviadores de frustraciones y creadores de alegría.

Figura 9 Mapa de valor



Elaboración propia (2026)

3.5.4. Encaje de la propuesta

El encaje de la propuesta del diseño de la experiencia de agroturismo para la valorización del café en Isabela, Galápagos, consiste en el valor definido y alineado con el propósito de la experiencia respondiendo a la demanda actual de un turismo rural consciente y experiencial que busca revalorizar el café como un elemento identitario y patrimonial, transformando una actividad agrícola en un producto turístico integral que aporta valor tanto al visitante como a la comunidad local.

Desde la perspectiva del mercado, se identifica un interés creciente entre los turistas que visitan la isla Isabela, en Galápagos, por actividades alternativas al turismo convencional, que priorizan el contacto con la naturaleza, el aprendizaje y la interacción con las comunidades locales.

En relación con el territorio, el encaje se evidencia en el aprovechamiento de los recursos locales, especialmente el cafetal, como eje productivo y paisajístico. Las condiciones naturales de la zona rural de la parroquia de Tomás de Berlanga permiten el cultivo de un café de calidad, lo que constituye un valor diferenciador que fortalece la autenticidad de la experiencia. Por otro lado, el encaje con los actores locales se refleja en la posibilidad de involucrar a productores, emprendedores y otros actores del territorio en la ejecución de la experiencia, lo que genera oportunidades de empleo e ingresos complementarios. Esta articulación contribuye a dinamizar la economía local y fomenta un modelo de turismo más inclusivo y participativo.

En cuanto a la propuesta de valor, el encaje se logra ofreciendo una experiencia diferenciada que combina producción agrícola, interpretación turística y contacto directo con el entorno natural, lo que permite satisfacer las expectativas de los segmentos de mercado identificados, especialmente de quienes se interesan en el turismo experiencial y el consumo responsable.

3.6. Diseño de la experiencia

Una vez definida la propuesta de valor, se desarrolla el diseño de la experiencia de agroturismo en la finca “Mar y Luna Café”, ubicada en la zona rural de la isla de Isabela. Este proceso se construye a partir de lo identificado en el perfil del visitante, con el fin de que la

experiencia responda realmente a lo que espera vivir: contacto con la naturaleza, participación activa y conexión con la cultura local.

El café se convierte en el eje principal de la experiencia, tanto cultivo como medio para interpretar el territorio. A través del recorrido por la finca, el visitante comprende cómo se produce el café en un entorno insular como el de Isabela, donde esta actividad aún es incipiente, pero posee un alto valor como alternativa sostenible. En este sentido, el diseño permite que el visitante participe, experimente y comprenda el proceso desde la planta hasta la taza, lo que genera una conexión auténtica con el lugar y quienes lo trabajan.

La experiencia se estructura mediante una secuencia de acciones planificadas que facilitan una inmersión progresiva en el entorno rural y cafetalero. En una primera fase, previa a la visita, se propone enviar un mensaje digital inspirador que invite al turista a imaginar el aroma del café y la vida rural de Isabela. Este acercamiento inicial utiliza recursos como afiches digitales, fotografías del lugar y un lenguaje evocador, posicionando desde el inicio al café agroecológico como un símbolo de identidad local.

Al llegar a la finca, el visitante es recibido en un espacio de bienvenida donde se le ofrece una bebida aromática elaborada con hierbas locales. En este momento se presenta la historia del proyecto y se comparten las normas básicas del recorrido, lo que genera un ambiente de confianza y cercanía. La interacción directa con el productor fortalece el componente humano de la experiencia, mientras que los elementos culturales asociados a la ruralidad isleña comienzan a evidenciarse desde el primer contacto.

Seguidamente, se realiza una caminata guiada por el cafetal, en la que se explican los procesos agroecológicos del cultivo. Durante este recorrido, el visitante observa plantas, reconoce la presencia de insectos beneficiosos y comprende la relación entre la conservación del ecosistema y la producción agrícola en la isla. Este espacio permite valorar la finca como un sistema vivo, en el que se integran prácticas sostenibles adaptadas a las condiciones propias de Galápagos.

En la fase vivencial, el turista se involucra directamente en el proceso del café mediante actividades participativas como una cosecha ligera, el molido manual y la preparación filtrada de la bebida. Estas acciones se desarrollan en un entorno seguro y guiado, utilizando herramientas tradicionales como molinos manuales, jarras y filtros.

Finalmente, la experiencia culmina en un momento de cierre que integra lo emocional y lo simbólico. El visitante recibe una pequeña bolsita de café molido que él mismo prepara, acompañada de una tarjeta en la que puede expresar sus sensaciones y aprendizajes. Este episodio se complementa con un espacio fotográfico en un mirador natural, desde donde se aprecia el paisaje rural de Isabela, lo que propicia una reflexión sobre la relación entre el territorio, el café y la sostenibilidad. De esta manera, se consolida una experiencia significativa que trasciende lo turístico y promueve una conexión consciente con el entorno y la cultura local. En la figura 11 se aprecia el proceso de tueste artesanal de los granos de café en la finca Mar y Luna como parte de la experiencia de elaboración de café orgánico

Figura 10 *Proceso artesanal del tueste de granos de café en la finca Mar y Luna*



Elaboración propia (2026)

En la figura 11 se observa la presentación comercial del café orgánico facilitando el reconocimiento de la marca ante los visitantes

Figura 11 *Presentación comercial de café orgánico expuestos en feria de emprendedores en la parroquia Tomás de Berlanga en Isabela*



Elaboración propia (2026)

En la figura 12 se observa la presentación del café orgánico en envase de vidrio el cual garantiza la conservación del aroma y sabor mediante un sellado hermético, esta presentación resalta la calidad artesanal de la marca utilizando un empaque reutilizable con valor estético.

Figura 12 *Presentación comercial del café orgánico en envase de vidrio*



Elaboración propia (2026)

3.6.1. Estructura base de la experiencia

En este apartado se desarrolla la estructura de la experiencia de agroturismo en la finca “Mar y Luna Café”, ubicada en la isla de Isabela. Para ello, se describen las diferentes fases que componen el recorrido, desde la contextualización del café en Galápagos hasta su degustación final, e integran elementos como la participación del visitante, la interpretación del entorno y el proceso artesanal. Esta estructura permite organizar la experiencia de manera coherente y alineada con la propuesta de valor planteada.

El primer momento de la experiencia, denominado “*la llamada del café insular*”, corresponde a la fase previa a la visita y se desarrolla mediante un acercamiento digital que invita al turista a imaginar el aroma del café, la neblina y la vida rural de la isla. Este momento interpretativo busca despertar la curiosidad y generar una conexión anticipada con el territorio. A nivel sensorial, se estimula principalmente la imaginación y la memoria olfativa, mientras que en el plano humano se construye una expectativa emocional hacia lo auténtico. El mensaje que se transmite radica en reconocer el café como una expresión del entorno insular y como una experiencia que trasciende el simple consumo.

A continuación, la “*bienvenida a la finca rural*” marca el inicio presencial de la experiencia y constituye un espacio de acogida en el que el visitante es recibido con una bebida aromática elaborada con hierbas locales. En esta etapa se presenta la historia del proyecto y se socializan las dinámicas del recorrido, lo que genera un ambiente de confianza y cercanía. Los sentidos del gusto y del olfato se activan desde el inicio, mientras que, en el lado humano, se fortalece la interacción directa con el productor. El mensaje interpretativo se enfoca en valorar la cultura agrícola local y en comprender que detrás del café existen historias, prácticas y saberes tradicionales.

Como tercera fase, se desarrolla la etapa denominada “*ruta de interpretación agroecológica*”, que constituye un momento interpretativo clave del recorrido. Durante esta fase, el visitante transita por el cafetal, acompañado de un guía que explica los procesos de cultivo, la biodiversidad presente y la relación entre la producción agrícola y la conservación del ecosistema insular. Este momento activa principalmente la vista, el tacto y la escucha, lo que permite una comprensión integral del entorno. En el plano humano, se promueve un aprendizaje compartido que fortalece la conciencia ambiental. El mensaje trascendental se centra en comprender que el café en Galápagos debe producirse en equilibrio con la naturaleza.

El cuarto momento de la experiencia, “*el ritual del café hecho por ti*”, representa la etapa más vivencial y participativa. En este espacio, el visitante se involucra directamente en actividades como la cosecha ligera, el molido manual y la preparación del café, además de observar el tostado artesanal en la cocina, con el uso de una olla y una cuchara de madera. Este proceso activa de manera integral los sentidos: el aroma del café tostado, el sonido del proceso, la textura del grano y el sabor final en taza, donde se identifican notas a cacao y matices cítricos. En el lado humano, se genera una conexión directa con el productor y una experiencia de aprendizaje significativo. El mensaje interpretativo se centra en valorar el trabajo artesanal y reconocer el esfuerzo que implica cada taza de café.

Finalmente, la experiencia culmina en el momento denominado “*souvenir con propósito*”, que actúa como una etapa de cierre reflexiva y emocional. En este espacio, el visitante recibe una bolsita de café molido que él mismo prepara, acompañada de una tarjeta en la que puede expresar lo vivido durante la experiencia. Este momento se complementa con un espacio fotográfico en un entorno natural, lo que refuerza el vínculo con el paisaje. A nivel sensorial, se activan la memoria del aroma y del sabor, mientras que en el plano humano se consolida una conexión afectiva con el territorio.

El mensaje trascendental de la experiencia se orienta hacia la promoción de un consumo responsable y consciente, entendiendo el café como un producto que representa identidad, sostenibilidad y compromiso con el entorno, se busca que el visitante entienda que al consumir productos como este café orgánico promueve el desarrollo rural de la isla Isabela, fortaleciendo la economía local y la continuidad de prácticas agrícolas respetuosas con la naturaleza, como se muestra en la matriz de Diseño de la experiencia turística (ver anexo 3).

3.6.2. Diseño del recorrido

A continuación, se presenta la matriz del recorrido de la experiencia en la finca “Mar y Luna Café”, en la que se detallan las diferentes paradas, actividades, tiempos y requerimientos operativos que conforman el itinerario. Esta estructura permite visualizar de manera organizada el desarrollo de la experiencia, asegurar su coherencia con la propuesta de valor y facilitar su ejecución en el territorio.

Tabla 2 Matriz de diseño operativo y experiencial: ruta “del grano a la taza”

Nodo / Parada	Tipo de recurso	Actividad principal	Tiempo estimado	Distancia / traslado	Requerimientos operativos	Riesgos / restricciones
1. Punto de encuentro en el centro de Puerto Villamil	Centro poblado / logístico	Bienvenida al grupo, presentación del equipo y narrativa de la ruta; un preámbulo sobre lo que significa visitar un ecosistema protegido antes de subir a la zona agrícola.	20–30 minutos	Se parte desde el hotel del turista	Guía local con profundo conocimiento en caficultura orgánica y folletería sobre el ciclo del café orgánico.	Descoordinación de horarios entre turistas y guías o propietarios.
2. Traslado a zona agrícola desde el puerto hasta el sector la Pretoria	Corredor vial rural	Traslado al sector La Pretoria, acompañado de una narrativa sobre la geología de la zona y la importancia del suelo volcánico en el cultivo orgánico.	45 minutos	20 km aprox.	Unidad de transporte autorizada por las cooperativas de taxis locales de Isabela.	Vías con destino a Tomás de Berlanga en mal estado, con grietas grandes, hundimientos superficiales por lluvias o falta de alumbrado público.
3. Llegada a la Finca Mar y Luna	Unidad productiva	Bienvenida con una infusión de la casa y breve historia del legado orgánico de la finca.	15 minutos	Caminata de 100m aprox.	Caminos delimitados con materiales naturales y señalética informativa que guía hacia las diferentes estaciones.	Inducción sobre el comportamiento respetuoso en las zonas rurales, respeto a la fauna y flora local y narrativa centrada en la coexistencia con la naturaleza.
4. Bienvenida a la finca en sala de recibimiento	Infraestructura productiva	Demostración en vivo de la transformación del grano verde a dorado, resaltando los aromas del proceso manual.	20 minutos	Descanso	Asientos cómodos de materiales locales, como madera, para el turista; estación de bebidas de bienvenida.	Dado el carácter rústico y de inmersión natural de la finca, la infraestructura puede no alinearse con las expectativas de turistas que buscan entornos urbanos o de lujo convencional; requiere un perfil de visitante interesado en el turismo rural auténtico.
5. Estudio artesanal	Taller artesanal de tueste	Explicación de los niveles de tueste y el impacto de la molienda en la calidad final, demostrando el cuidado manual que recibe cada lote en la finca.	45 minutos	Demostración de taller	Equipamiento artesanal de tueste y molienda, maestro tostador como facilitador de la experiencia.	Debido a la operación de la maquinaria de tueste, la temperatura ambiente en el estudio aumenta considerablemente, lo que puede causar incomodidad térmica en visitantes sensibles. Riesgo de quemaduras por contacto directo con equipos o granos a altas temperaturas; se requiere estricta supervisión por parte del facilitador y el mantenimiento de una distancia de seguridad.

6. Zona de degustación y disfrute del café orgánico	Espacio experiencial	Degustación guiada de café orgánico maridado con productos locales, enfocada en identificar notas de la tierra.	1 hora 30 minutos	Caminata de 1km aprox.	Tazas de cerámica artesanal que mantengan la temperatura, copas de cata o vasos de vidrio para apreciar el café, y platos pequeños para el maridaje.	La calidad de la degustación está sujeta a la frescura del grano y factores externos como humedad ambiental y temperatura del agua; cualquier alteración en estos parámetros puede modificar las notas de la tierra prometidas en la experiencia.
7. Charla de cierre del grano a la taza	Espacio abierto / simbólico	Diálogo sobre el impacto del consumo responsable y la preservación del ecosistema de la finca, "Lo que el cafetal nos enseña"	25 minutos	Degustación de café	Narrativa estructurada para el trayecto de retorno que refuerce los conceptos de conservación aprendidos y agradezca la visita como un acto de apoyo a la comunidad local.	Riesgo de ruptura en la narrativa experiencial durante la transición al transporte; la logística de cierre puede opacar el mensaje de sostenibilidad si no se gestiona como una extensión de la charla de cierre.
8. Retorno a Puerto Villamil	Corredor vial	Traslado al centro de Puerto Villamil, evaluación breve de la experiencia del visitante y gestión de pedidos o compras finales del producto artesanal, agradeciendo el apoyo a la conservación local.	45 minutos	Regreso a Puerto Villamil 20 km aprox.	De regreso a Puerto Villamil, se le brinda al turista la facilidad de contactar con la cooperativa de taxis.	El tiempo de retorno está sujeto a condiciones externas como el estado de las carreteras rurales o presencia de neblina que puede generar retrasos en el itinerario final del visitante.

Elaboración propia (2026)

3.6.3. Modelo de negocio Experiencia Agroturística “Mar y Luna Café”

En este punto se sintetizan los elementos clave que intervienen en la creación, el desarrollo y la comercialización de la experiencia agroturística orientada a la valorización del café en la isla de Isabela. A través de su análisis, se evidencia la articulación entre los recursos del cafetal, los actores locales y las dinámicas del turismo rural, lo que permite sustentar la viabilidad y pertinencia de la propuesta en el territorio.

- Propuesta de valor
 - Experiencia agroturística basada en el café, en la que el visitante participa activamente en el proceso productivo en un entorno natural, promoviendo el aprendizaje, la sostenibilidad y la valorización del café en la isla de Isabela.
- Segmentos de clientes
 - Eco-aventureros
 - Turistas culturales
 - Familias exploradoras
 - Nómadas digitales
 - Senior slow-travelers
 - Turista nacional joven
 - Jóvenes exploradores rurales
- Canales de distribución
 - Redes sociales (Instagram, Facebook)
 - Página web o plataformas digitales
 - Operadores turísticos
 - Guías locales
 - Recomendación boca a boca
- Relación con los clientes
 - Atención personalizada
 - Interacción directa con los productores
 - Experiencia participativa y vivencial
 - Generación de confianza y fidelización

- Fuentes de ingreso
 - Comisión o porcentaje a los propietarios del cafetal por la venta de café a los turistas que participan en la experiencia.
 - Alianzas con operadores turísticos locales para comercializar la experiencia en paquetes turísticos en Isabela.
 - Venta de elementos complementarios de la experiencia: recuerdos simbólicos, como tarjetas y fotografías.
- Recursos clave
 - Acceso al cafetal “Mar y Luna” como espacio principal para desarrollar la experiencia.
 - Conocimientos y saberes del productor local sobre el cultivo y la elaboración del café.
 - Guía encargado de la interpretación y acompañamiento del visitante.
 - Materiales y recursos para la experiencia: utensilios tradicionales, elementos para cata, material interpretativo.
 - Infraestructura básica disponible en la finca para la atención de visitantes, como espacios de recorrido y área de degustación.
 - Entorno natural de la isla Isabela como recurso paisajístico y experiencial.
- Actividades clave
 - Diseño y ejecución de recorridos guiados en el cafetal Mar y Luna
 - Interpretación del proceso productivo del café y del entorno agroecológico.
 - Coordinación logística de la experiencia: reservaciones, horarios de las actividades y transporte de ida y regreso entre Puerto Villamil y Tomás de Berlanga.
 - Atención y acompañamiento al visitante durante toda la experiencia con propietarios la Sra María y Carlos.
 - Promoción y comercialización del producto turístico mediante medios digitales y alianzas locales.
- Socios clave
 - Productores locales de café
 - Guías turísticos
 - Operadoras turísticas de la isla Isabela

- Gobierno Autónomo Descentralizado de Isabela, Ministerio de Turismo del Ecuador
- Emprendimientos locales (alojamientos, restaurantes)
- Estructura de costos
 - Costos de transporte para el traslado de visitantes hacia la finca y retorno.
 - Honorarios del guía o facilitador responsable de la experiencia (guianza e interpretación).
 - Costos de promoción y marketing digital (redes sociales, diseño de contenido, difusión).
 - Insumos para la experiencia (bebidas de bienvenida, materiales interpretativos, elementos para la cata).
 - Materiales y recursos para actividades participativas (molino manual, filtros, utensilios, tarjetas, souvenirs).
 - Costos de coordinación y operación (logística, comunicación con clientes, reservas).

El modelo de negocio para el diseño de una experiencia de agroturismo, como estrategia para la valorización del café, se estructura con un enfoque integral que permite identificar los elementos clave para la creación, entrega y captura de valor en el contexto del turismo rural de la isla de Isabela, en Galápagos. Este modelo se fundamenta en el aprovechamiento del cafetal como recurso principal, en el que el café cultivado de manera agroecológica se convierte en el eje de una experiencia vivencial que integra actividades como el recorrido guiado, la participación en el proceso de elaboración del café y la interacción directa con los productores locales, y está dirigida a visitantes interesados en el turismo sostenible y auténtico.

En cuanto a la propuesta de valor, la experiencia ofrece a los visitantes la oportunidad de participar activamente en el proceso del café, desde el cultivo hasta la taza, en un entorno natural y rural. Se destacan el contacto directo con productores locales, el aprendizaje sobre prácticas agroecológicas y la conexión con la identidad territorial de Isabela, lo que permite diferenciar el producto de ofertas turísticas convencionales.

Respecto a los segmentos de mercado, la experiencia está dirigida principalmente a turistas nacionales e internacionales interesados en el turismo rural, el agroturismo, el turismo

sostenible y las experiencias auténticas. Dentro de estos segmentos se incluyen perfiles como viajeros conscientes, amantes del café, estudiantes, investigadores y adultos mayores que buscan actividades tranquilas y enriquecedoras en contacto con la naturaleza.

En relación con los canales de distribución, la experiencia será promocionada mediante plataformas digitales, alianzas con operadores turísticos locales y recomendaciones directas (boca a boca), se contempla la articulación con establecimientos de alojamiento y guías locales que faciliten la comercialización del producto.

En conjunto, este modelo de negocio permite consolidar una propuesta agroturística viable, sostenible y alineada con las tendencias actuales del turismo, contribuyendo a la valorización del café como recurso productivo y cultural en la isla Isabela.

3.6.3.1. Propuesta de valor

"Café con identidad: una experiencia agroecológica auténtica en Isabela". El diseño de una experiencia agroecológica para la valorización del café en Isabela, Galápagos ofrece a los visitantes una inmersión auténtica en la producción local del café de Isabela mediante actividades educativas, participativas y culturales que conectan al turista con la naturaleza y con los productores locales.

El valor de la propuesta se basa en brindar una experiencia completa, transparente y vivencial que alivia frustraciones comunes del visitante, como la falta de autenticidad o la escasa claridad en las actividades, mientras se potencian beneficios como el aprendizaje, la conexión comunitaria y la vivencia de la identidad rural de Galápagos.

3.6.3.2. Recursos clave

Los recursos clave son los elementos que permiten la creación, el desarrollo y la sostenibilidad de la propuesta. Estos recursos garantizan la operatividad del producto turístico, y aportan valor diferencial al estar directamente vinculados a la autenticidad del entorno rural de la isla de Isabela. El café se configura como el recurso principal, al ser el eje productivo y experiencial sobre el que se estructura toda la actividad turística. Este espacio cumple una función agrícola e interpretativa, permitiendo a los visitantes conocer de primera mano las etapas de cultivo, cosecha y procesamiento del café. Su manejo bajo prácticas agroecológicas

fortalece la propuesta al alinearla con los principios de sostenibilidad y conservación propios del contexto de Galápagos.

El conocimiento de los productores locales constituye un recurso intangible de alto valor. La experiencia, los saberes y las prácticas transmitidos de generación en generación enriquecen la vivencia del visitante, convirtiendo el recorrido en un proceso educativo y cultural. Este conocimiento incluye técnicas de cultivo, historias asociadas al territorio y prácticas tradicionales que aportan autenticidad y diferenciación frente a otros productos turísticos.

La infraestructura básica para la atención de visitantes es un recurso clave para garantizar la prestación adecuada del servicio. Esta infraestructura comprende senderos señalizados, áreas de descanso, espacios para degustación, zonas de interpretación y servicios básicos, que deben ser funcionales, seguros y acordes con el entorno natural, evitando impactos negativos en el ecosistema.

El entorno natural en el que se desarrolla la experiencia es un recurso estratégico que potencia el atractivo turístico. Las condiciones paisajísticas, climáticas y ecológicas de la zona rural de la parroquia de Tomás de Berlanga permiten ofrecer una experiencia inmersiva en la naturaleza, en la que el visitante puede disfrutar de la biodiversidad, del paisaje agrícola y de la tranquilidad del medio rural. Este recurso refuerza el carácter vivencial y sostenible de la propuesta.

La articulación de estos recursos tangibles e intangibles permite consolidar una experiencia agroturística integral, en la que se combinan la producción, el conocimiento y la naturaleza. Su adecuada gestión resulta esencial para garantizar la calidad del servicio, la satisfacción del visitante y la sostenibilidad del modelo a lo largo del tiempo.

3.6.3.3. Socios clave de la propuesta

Los socios clave de la propuesta agroturística “Mar y Luna Café” están conformados por actores estratégicos que contribuyen al desarrollo, la operación y el posicionamiento de la experiencia en el contexto turístico de la isla de Isabela. Estos aliados permiten fortalecer la viabilidad del proyecto mediante el acceso a recursos, al apoyo institucional y a canales de promoción.

Se considera al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Isabela (GADMI), como un actor fundamental en la planificación territorial, promoción del turismo local y fortalecimiento de iniciativas que aporten al desarrollo sostenible del cantón. Su participación puede facilitar la articulación con otros proyectos y el acceso a espacios de difusión. El Ministerio de Turismo del Ecuador constituye un socio estratégico clave, ya que promueve el desarrollo de actividades turísticas sostenibles y brinda apoyo técnico, capacitaciones y posibles espacios de promoción a nivel nacional. Su intervención permite alinear la propuesta con las políticas públicas del sector turístico.

Los guías turísticos locales y operadores turísticos son aliados fundamentales para la comercialización de la experiencia, ya que actúan como intermediarios entre el visitante y el destino, facilitando la inclusión del recorrido en paquetes turísticos y promoviendo su difusión. La comunidad local y los actores del sector agrícola desempeñan un rol esencial en el desarrollo de la experiencia, al aportar conocimientos, prácticas tradicionales y apoyo operativo, lo que fortalece el carácter auténtico y participativo de la propuesta.

Los canales digitales y plataformas de promoción turística, tales como redes sociales y plataformas de recomendación, permiten posicionar la experiencia en el mercado y atraer a diferentes segmentos de clientes; en conjunto, estos socios estratégicos contribuyen al fortalecimiento de la propuesta, facilitando su implementación, promoción y sostenibilidad en el contexto territorial de la isla de Isabela.

3.6.3.4. Canales de distribución

Los canales de distribución de la propuesta agroturística “Mar y Luna Café” son los medios mediante los cuales se da a conocer la experiencia y se facilita el acceso del cliente al servicio turístico. Estos canales permiten establecer un vínculo entre la oferta y el visitante, asegurando su comercialización y posicionamiento en el mercado.

Se destacan los canales digitales, especialmente redes sociales como Instagram y TikTok, que constituyen herramientas clave para promover la experiencia mediante contenido visual atractivo, lo que permite captar la atención de potenciales visitantes y generar interés en el recorrido agroturístico. El uso de plataformas como Google Maps y páginas web facilita la localización del destino y el acceso a información relevante.

Los canales indirectos incluyen la colaboración con guías turísticos locales y operadores turísticos, quienes integran la experiencia en paquetes o recomendaciones y facilitan su comercialización a turistas nacionales e internacionales. Se consideran los canales de recomendación directa, como el boca a boca, que tienen un alto impacto en destinos turísticos como Isabela, donde las experiencias auténticas suelen difundirse entre los visitantes a través de opiniones y experiencias compartidas.

La presencia en ferias turísticas, alianzas locales y material promocional, como trípticos, contribuyen a fortalecer la visibilidad de la propuesta, permitiendo llegar a diferentes segmentos de mercado. En conjunto, estos canales de distribución permiten posicionar la experiencia “Mar y Luna Café” dentro de la oferta turística de la isla Isabela, facilitando su acceso y promoviendo su sostenibilidad en el tiempo. Las figuras 13 y 14 muestran a la estudiante Bella Peñaherrera en una feria de emprendedores en la parroquia Tomás de Berlanga promocionando el cafetal Mar y Luna:

Figura 13 *Estudiante promocionando la finca Mar y Luna*



Elaboración propia (2026)

Figura 14 Estudiante exponiendo productos que ofrece la finca Mar y Luna



Elaboración propia (2026)

3.6.3.5. Estructura de costos e ingresos

La estructura de costos e ingresos de la propuesta agroturística “Mar y Luna Café” se establece en función de un modelo de operación centrado en la prestación del servicio de guianza e interpretación turística, con una capacidad controlada que garantiza la calidad de la experiencia y su sostenibilidad económica en el contexto rural de la isla Isabela,

A continuación, la tabla 3 muestra también los ingresos, sabiendo que el mantenimiento del cafetal y de la infraestructura no se incluye entre los costos, ya que corresponde a los propietarios de la finca.

Tabla 3 Estructura de costos e ingresos

ESTRUCTURA DE COSTOS E INGRESOS		
Categoría	Detalle	Valor (USD)
INVERSIÓN INICIAL		
Material promocional	Diseño e impresión de trípticos y afiches	\$ 30,00
Material interpretativo	Tarjetas pequeñas de bienvenida para la experiencia	\$ 50,00
Total inversión inicial		\$ 80,00
COSTOS FIJOS (mensuales)		
Material promocional	Reposición y contenido digital	\$ 60,00
Total costos mensuales		\$ 60,00
INGRESOS MENSUALES		

Experiencia turística	Tarifa de ingreso \$30 (ganancia para estudiantes del 15% por cada visitante)	\$	4,50
Venta de café	Comisión por taza (\$7 c/u, ganancia para estudiantes del 15% por cada visitante)	\$	1,05
Promoción de café en redes sociales y con alianzas a operadores turísticos locales por ventas de tours	Fotos, alianzas	\$	50,00
Guianza	Acompañamiento en recorrido por la finca	\$	100,00
Total ingresos mensuales		\$	155,55
RESUMEN ECONÓMICO			
Inversión inicial	\$	80,00	\$ 80,00
Costos fijos (5 meses)	\$	60,00	\$ 300,00
Ingresos mensuales (5 meses)	\$	155,55	\$ 777,75

Elaboración propia (2026)

En la tabla 4 se presenta el modelo de negocio CANVAS de la experiencia agroturística “Mar y Luna Café”, que representa la estructura estratégica de la propuesta en el contexto rural de la isla Isabela. Este modelo integra los principales elementos para la generación de valor, articulando recursos, actores locales y actividades turísticas.

Tabla 4 Modelo de negocio CANVAS para finca Mar y Luna

LIENZO DE MODELO DE NEGOCIO				
7. Aliados clave	5. Actividades clave	1. Propuesta de valor	3. Relación con los clientes	2. Segmentos de clientes
Los aliados clave del proyecto incluyen actores locales como operadores turísticos, guías y proveedores, quienes apoyan la promoción y ejecución de la experiencia. Estas alianzas permiten ampliar el alcance del producto y fortalecer su integración en la oferta turística local.	Las actividades clave se centran en el desarrollo de la experiencia agroturística, incluyendo la recepción de visitantes, el recorrido guiado por el cafetal y la participación en el proceso del café, desde el tostado hasta la cata. Asimismo, se contempla la organización logística y la promoción del producto, elementos esenciales para garantizar una experiencia coherente y de calidad.	La propuesta de valor de la experiencia de agroturismo en la finca “Mar y Luna Café” se fundamenta en ofrecer una vivencia auténtica, participativa y sostenible en torno al café cultivado en la isla Isabela, se responde a la necesidad de los turistas actuales de vivir experiencias significativas, educativas y conectadas con el entorno. El visitante comprende su origen, su proceso y su relación con el ecosistema insular, lo que convierte a la experiencia en un producto único, diferenciador y con alto valor interpretativo.	La relación con los clientes se basa en un modelo cercano, personalizado y participativo, en el cual el visitante es un actor dentro de la experiencia. Desde el primer contacto se busca generar confianza mediante una comunicación clara y directa, mientras que durante la experiencia se fortalece el vínculo a través de la interacción con el productor y el aprendizaje vivencial.	La experiencia está dirigida a turistas nacionales e internacionales interesados en el turismo rural, sostenible y vivencial, especialmente aquellos que buscan actividades auténticas, como amantes del café, turistas de naturaleza y visitantes con fines educativos y culturales. Se trata de un público con conciencia ambiental que valora la relación entre producción y conservación en Galápagos.
	6. Recursos clave Los recursos clave se encuentran la finca cafetalera empezando por el acceso al cafetal “Mar y Luna”, conocimientos y saberes del productor local, guianza, infraestructura básica disponible en la finca y el entorno natural de la isla Isabela como recurso paisajístico.		4. Canales de comunicación Los canales de comunicación combinan medios digitales, como redes sociales (Instagram y TikTok), con estrategias locales mediante alianzas con operadores turísticos y guías. La experiencia se comercializa a través de estos medios.	
	9. Estructura de gastos La estructura de gastos del proyecto incluye la inversión inicial y los costos operativos asumidos por los estudiantes, principalmente en materiales promocionales y apoyo a la experiencia. No se consideran gastos de mantenimiento del cafetal, ya que corresponden al propietario de la finca.		8. Fuentes de ingreso Las fuentes de ingreso del proyecto se basan principalmente en la comercialización de la experiencia turística, mediante el cobro de una tarifa por visitante o por grupo. También es posible integrar la experiencia en paquetes turísticos ofrecidos por operadores, lo que diversifica los canales de ingreso y fortalece la sostenibilidad económica del proyecto.	

Elaboración propia (2026)

3.7. Elaboración del plan de promoción del proyecto turístico

La promoción representa un componente esencial en el desarrollo de iniciativas turísticas, especialmente en proyectos vinculados a servicios y experiencias. Su relevancia corresponde a las características del producto ofrecido y se centra en la forma en que este es percibido, interpretado y recordado por el público objetivo al que está dirigido.

En este marco, este punto tiene como objetivo estructurar una propuesta inicial de promoción para para este proyecto “Diseño de una experiencia de agroturismo como estrategia para la valorización del café en la isla Isabela, Galápagos”. Para ello, se integran elementos clave como la construcción de una identidad de marca, la formulación de un eslogan, el diseño de material promocional específicamente un flyer en formato tríptico y la implementación de un sitio web. En conjunto, estos recursos permiten difundir la propuesta y fortalecer su imagen

3.7.1. Justificación de la estrategia de promoción

Todo proyecto requiere ser difundido de forma planificada y estratégica con el fin de alcanzar posicionamiento, reconocimiento y una adecuada vinculación con su público objetivo. En el ámbito turístico, especialmente en propuestas relacionadas con servicios y experiencias, la promoción cumple un papel fundamental al permitir transformar características técnicas en mensajes claros, atractivos y con valor diferenciador.

En este sentido, la incorporación de herramientas promocionales dentro del proyecto “Diseño de una experiencia de agroturismo como estrategia para la valorización del café en la isla Isabela, Galápagos” responde a la necesidad de:

- Incrementar la visibilidad de la propuesta en el mercado turístico.
- Consolidar una identidad definida, coherente con los valores del proyecto.
- Favorecer la comprensión del valor y del significado de la experiencia ofertada.
- Impulsar su posible aplicación en escenarios reales.

La figura 15 muestra el logotipo del cafetal “Café Mar y Luna”, diseñado para representar la identidad del proyecto mediante símbolos asociados al café y al entorno natural de Isabela.

Figura 15 logotipo del cafetal *Mar y Luna*



Elaboración propia (2026)

3.7.2. Creación de la marca del proyecto

La marca constituye un elemento clave en la identificación del proyecto, ya que permite sintetizar su esencia, propósito y propuesta de valor mediante un nombre y una representación visual. En el ámbito del turismo rural, la marca facilita el reconocimiento a la finca por parte de los visitantes y comunica la identidad del territorio y la experiencia que se desea transmitir turista.

Nombre de la marca:

Café Mar y Luna

3.7.3. Justificación del nombre

El nombre “Café Mar y Luna” integra elementos simbólicos que reflejan la identidad del entorno de la isla Isabela, Galápagos. La palabra “Café” resalta el producto principal que se busca valorizar a través de la experiencia agroturística. “Mar y Luna” evoca una conexión directa con el paisaje natural y la atmósfera del territorio, transmitiendo sensaciones de tranquilidad, armonía y autenticidad; esta combinación permite posicionar la marca como una propuesta que vincula la producción local con el entorno natural, generando una identidad diferenciada y fácilmente recordable.

3.7.4. Identidad visual

La identidad visual del proyecto se representa mediante un logotipo circular que transmite equilibrio y unidad. En el centro del logotipo se destaca una taza de café humeante, símbolo del producto principal y de la experiencia sensorial que se ofrece al visitante. Alrededor de este elemento se integran detalles como ramas de café, que refuerzan el origen agrícola y el enfoque agroecológico del proyecto. En la parte central del diseño se incorpora una cinta o banda donde se lee el nombre “Café Mar y Luna” con tipografía serif clásico, lo cual otorga protagonismo a la marca y facilita su reconocimiento. En la sección inferior se incluye el eslogan “El mejor café de Galápagos” en tipografía uppercase, acompañado de las iniciales “ML” en el mismo tipo de letra, elementos que fortalecen la identidad y aportan un carácter distintivo.

En el diseño del flyer se emplea una paleta cromática en la que predominan tonalidades verdes, acompañadas de matices café y detalles en color rojo, estos últimos representados en las pepas del café. El color verde predomina, evocando la naturaleza, la sostenibilidad y el entorno rural característico de la isla Isabela. Por su parte, los tonos café refuerzan la identidad del producto principal, mientras que el rojo aporta contraste y dinamismo a la composición gráfica.

En cuanto a la tipografía, se opta por un estilo claro y legible, con rasgos clásicos que transmiten formalidad y facilitan la comprensión de la información presentada. Esta elección permite mantener una adecuada jerarquía visual en el material promocional; en conjunto, los elementos gráficos del flyer contribuyen a proyectar una imagen de marca coherente con los valores del proyecto, fortaleciendo su identidad visual y favoreciendo su posicionamiento en el turismo rural y en la valorización del café en la isla Isabela.

Los materiales promocionales diseñados en el marco de este proyecto incluyen el flyer y la propuesta de sitio web promocional, elaborados con el propósito de difundir y posicionar la experiencia agroturística “Mar y Luna Café”. Estos recursos integran elementos visuales y textuales que permiten comunicar con claridad los atributos del producto turístico, facilitando su comprensión y atrayendo a potenciales visitantes.

Las figuras 16 y 17 muestran el flyer diseñado para la promoción del proyecto, en el que se integran elementos visuales y textuales que facilitan su difusión.

Figura 16 Flyer promocional cara frontal



Elaboración propia (2026)

Figura 17 Flyer promocional cara posterior



Elaboración propia (2026)

3.8. Proceso de socialización territorial

Con el objetivo de potenciar el turismo rural y dar a conocer propuestas innovadoras que beneficien a la comunidad de la isla de Isabela, se realizó un encuentro clave con autoridades y ciudadanos. El evento se llevó a cabo en el auditorio municipal "Teatro Historias Vivas", mediante una reunión programada que contó con la presencia de las principales autoridades del cantón, encabezadas por el Sr. Alfredo Morocho Caraguay alcalde de la isla Isabela, directores de departamentos del GAD Municipal y de otras instituciones, principales actores locales. Durante este encuentro, se presentó, mediante diapositivas, el diseño de una experiencia de agroturismo como estrategia para valorizar el café de la parroquia Tomás de Berlanga.

La propuesta destaca por integrar paisajes naturales del entorno con elementos de patrimonio cultural inmaterial, saberes ancestrales, tales como las técnicas de tueste del café, las prácticas agrícolas sostenibles y las actividades vivenciales que permiten al visitante interactuar directamente con el entorno rural. Al finalizar la socialización, los actores presentes, incluidos representantes de la comunidad, expresaron diversas inquietudes, observaciones y sugerencias sobre la propuesta. Estas intervenciones permitieron enriquecer el proyecto, identificar posibles mejoras y fortalecer su viabilidad en el territorio.

3.8.1. Propósito de la socialización

El propósito de la socialización es dar a conocer el proyecto realizado por los estudiantes: el Sr. Herrera Paredes Carlos Stalin y la Sra. Peñaherrera Torres Bella Georgina con la colaboración de la docente Mgtr. Corral Magdalena, de esta manera se informará a los actores clave, objetivos, actividades, beneficios, alcance y conclusiones de este proyecto de titulación.

3.8.2. Descripción de los actores locales que asistieron a la socialización

Ing. Alfredo Morocho (alcalde del cantón Isabela)

Ing. William Gil (presidente del Concejo de Gobierno)

Ing. Isidro Rodríguez (director del Departamento de Turismo del GAD Municipal de Isabela)

Lic. Rubén Carrión (director del Parque Nacional Galápagos de Isabela)

Tnlg. Emilio Armas (presidente del GAD Parroquial Tomás de Berlanga)

Sra. María Luna Coronel y familia (propietarios del cafetal Mar y Luna)

Sra. Mayela Rueda (presidenta de la Preasociación de Agencias y Operadoras Turísticas)

Sr. Pablo Gordillo (presidente de la Asociación de Guías Naturalistas)

Sr. Francisco Segura (director del Departamento de Turismo del Parque Nacional Galápagos)

Sr. Walter Osorio (propietario de la finca Los Naranjos)

Ing. Gabriela Coronel (propietaria del emprendimiento local Dulces Bell)

3.8.3. Desarrollo del proceso de socialización:

La socialización se realizó el viernes 17 de abril de 2026 a las 17:00 pm en el auditorio municipal “Teatro Historias Vivas”, ubicado en Pto. Villamil – Isabela. El evento se realizó con total normalidad; tuvo una duración de 2:00 horas

3.8.3.1. Descripción de los temas tratados durante la socialización

El tema principal de la socialización fue el diseño de una experiencia de agroturismo como estrategia para la valorización del café en Isabela- Galápagos, durante la exposición se presentó la idea general del proyecto y sus principales elementos estratégicos, orientados a garantizar su viabilidad, sostenibilidad y articulación con el territorio, se abordó en primer lugar el diagnóstico territorial, donde se expusieron las condiciones actuales del sector cafetalero en la isla, identificando problemáticas como la limitada diversificación de la oferta turística y el bajo aprovechamiento del café como recurso con valor turístico. A partir de ello, se justificó la necesidad de implementar una propuesta innovadora basada en el agroturismo.

Se explicó el diseño técnico de la experiencia, detallando la estructura del recorrido en el cafetal “Mar y Luna”, que incluye estaciones interpretativas, tiempos de visita y actividades vivenciales para que el turista se sienta más involucrado en el sector rural de la isla. Entre estas actividades se destacaron la cosecha del café, el tueste artesanal y la degustación, lo que permitió una interacción directa entre el visitante y el entorno productivo.

Se presentó el guion interpretativo, como herramienta clave para la transmisión de conocimientos, donde se integran aspectos de patrimonio cultural inmaterial, saberes ancestrales y prácticas agrícolas sostenibles, fortaleciendo el componente educativo de la experiencia y se mencionó cómo la propuesta busca generar ingresos complementarios para los caficultores, fortalecer la identidad local y promover el uso responsable de los recursos naturales.

Se socializaron aspectos relacionados con la gestión y la articulación institucional, enfatizando la importancia del cumplimiento de normativas legales, la obtención de permisos y la colaboración con entidades como el GAD Municipal, el Ministerio de Turismo y el Parque Nacional Galápagos, a fin de asegurar la implementación formal del proyecto. Estos elementos permitieron evidenciar que la propuesta responde a una iniciativa turística como parte de una estrategia integral de desarrollo local basada en la valorización del café como recurso identitario del territorio. Las figuras 15 y 16 muestran a las autoridades de la isla Isabela presentes en la socialización territorial organizada por estudiantes de la Universidad del Azuay:

Figura 18 *Estudiante Bella Peñaherrera con autoridades de la isla Isabela en la socialización territorial del proyecto*



Elaboración propia (2026)

Figura 19 *Estudiantes de la carrera de turismo rural con autoridades de la isla Isabela*



Elaboración propia (2026)

3.8.3.2. Criterios y aportes de actores territoriales durante la socialización

El Ing. Alfredo Morocho, alcalde del cantón Isabela, manifestó su interés en este tipo de iniciativas, destacando la importancia de impulsar proyectos que fortalezcan el turismo local

y visibilicen zonas aún poco conocidas del territorio. Asimismo, expresó su disposición a escuchar futuras propuestas que contribuyan al desarrollo turístico sostenible de la isla.

La Ing. Grijalva representante del Ministerio de Producción, comercio exterior e inversiones, invitó a que esta actividad fomente el interés de contratar actividad legalmente catalogadas por esta cartera de estado y así evitar el turismo informal.

La Ing. Gabriela Coronel, propietaria del emprendimiento local DulcesBell, compartió su satisfacción ante el desarrollo de este tipo de proyectos, destacando que contribuyen a ampliar y diversificar la oferta turística en Isabela, un mercado que se encuentra en constante crecimiento ella como emprendedora local, espera que estas iniciativas continúen fortaleciéndose y generando nuevas oportunidades económicas dentro del territorio.

3.8.3.3. Compromisos de los actores locales

El señor alcalde Ing. Alfredo Morocho se comprometió a seguir fortaleciendo a caficultores e incluir a estudiantes en futuras capacitaciones referentes a este tema, así también se evidenció una apertura positiva por parte del representante del Ministerio de Producción, Comercio exterior e inversiones, manifestando que la propuesta tiene potencial para ser ofertada al turista, siempre y cuando se cumpla con los procesos formales, expresó su disposición para brindar apoyo en la gestión de los permisos necesarios, con el fin de facilitar la legalización y puesta en marcha del proyecto.

CAPÍTULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Introducción

Este capítulo expone las conclusiones y recomendaciones derivadas del desarrollo del proyecto de investigación, centrado en el diseño de una experiencia de agroturismo para la valorización del café en la finca Mar y Luna, en la isla de Isabela. A partir del cumplimiento de los objetivos específicos planteados, se sintetizan los principales hallazgos relacionados con el diagnóstico del territorio, el diseño del circuito turístico y la propuesta de promoción y articulación territorial. También se presentan recomendaciones orientadas a fortalecer la implementación y sostenibilidad de la experiencia, considerando las particularidades del contexto insular de Galápagos.

4.2. Conclusiones

El diagnóstico realizado demuestra que la finca Mar y Luna cuenta con condiciones productivas y ambientales favorables para el desarrollo de una experiencia de agroturismo, destacando el cultivo de café orgánico, el conocimiento empírico del productor y su integración con el entorno natural de la isla Isabela y aunque la producción de café en Galápagos es principiante, posee un alto valor diferencial debido a su relación con el ecosistema insular, lo que representa una oportunidad para generar propuestas turísticas auténticas y sostenibles.

El diseño del circuito turístico interpretativo permitió estructurar una experiencia agroturística que combina actividades vivenciales, recorridos guiados con propietarios de la finca que son los principales actores en esta experiencia y momentos sensoriales con la degustación de café y olor del grano molido, logrando una secuencia desde la recepción del visitante hasta la cata de cierre de la visita.

Este enfoque permite poner en valor la zona rural de Isabela, que a menudo no es tan visible en la oferta turística tradicional de Galápagos. A través de la participación de guías locales y del involucramiento de los propietarios del cafetal, se genera una experiencia más auténtica y cercana, en la que el visitante observa e interactúa directamente con la comunidad y sus prácticas productivas. Esto contribuye a fortalecer la identidad local, promover el turismo rural

y generar nuevas oportunidades para la población, integrando de manera más eficaz a la gente local en la actividad turística del territorio.

El proceso de socialización del proyecto evidenció que el diálogo directo con la comunidad constituye un pilar esencial para el desarrollo de propuestas turísticas sostenibles. Más allá de la presentación de una estructura técnica adecuada, se vuelve imprescindible construir relaciones de confianza y credibilidad con los actores locales, quienes desempeñan un rol determinante en la viabilidad del proyecto, se identificó que la participación activa de la comunidad enriquece la propuesta y permite alinear el proyecto con las necesidades reales del territorio, integrando conocimientos, percepciones y expectativas de los involucrados. Este proceso participativo aporta legitimidad social y fortalece el sentido de pertenencia hacia la iniciativa.

Se concluye que la experiencia agroturística diseñada constituye una alternativa viable para diversificar la oferta turística de la isla Isabela, alineándose con las tendencias actuales del mercado y aportando al desarrollo del turismo rural sostenible en Galápagos se presenta como una propuesta que diversifica la oferta e impulsa un modelo de turismo vinculado al territorio, aportando al desarrollo local de la isla Isabela.

4.3. Recomendaciones

Se propone fortalecer las capacidades de la finca Mar y Luna, ubicada en la parroquia Tomás de Berlanga de la isla Isabela, mediante capacitaciones prácticas en atención al visitante, guianza e interpretación del café, enfocadas en mejorar la ejecución de la propuesta agroturística diseñada, esto permitirá que los propietarios y actores locales involucrados brinden un servicio más organizado y acorde a las expectativas de los turistas que visitan Galápagos, especialmente aquellos interesados en experiencias rurales y sostenibles; es importante reforzar las prácticas agroecológicas del cafetal como parte esencial de la experiencia, ya que constituyen un elemento diferenciador dentro de la oferta turística de Isabela.

Se sugiere implementar el circuito turístico interpretativo en la finca Mar y Luna de manera progresiva, considerando las condiciones del entorno rural de la parroquia Tomás de Berlanga y fortalecer la guianza involucrando activamente a los propietarios del cafetal durante la visita, de manera que puedan transmitir sus conocimientos y experiencias directamente al

visitante. Es importante también reforzar la explicación del proceso del café, incorporando información sobre el cultivo, cosecha y transformación, con el fin de que el visitante observe y valore su importancia dentro del contexto rural de Isabela y Galápagos.

En relación a la socialización territorial del proyecto se aconseja a los propietarios de la finca Mar y Luna dar seguimiento a los aportes vinculados con el cumplimiento de los procesos legales y normativos para la operación de la experiencia agroturística. En este sentido, es importante aprovechar la apertura de las autoridades locales y del Ministerio de Producción, Comercio Exterior e Inversiones, gestionando el acompañamiento técnico y las capacitaciones ofrecidas, con el fin de formalizar la actividad y evitar el turismo informal, contribuyendo así al fortalecimiento del turismo rural y del sector cafetalero en Isabela.

Se recomienda consolidar alianzas estratégicas con operadores turísticos, guías locales e instituciones vinculadas al turismo, con el objetivo de mejorar la promoción y comercialización de la experiencia “Mar y Luna Café”. Estas alianzas permitirán integrar la propuesta dentro de la oferta turística del destino y atraer a turistas nacionales y extranjeros interesados en el turismo rural para fortalecer la presencia digital del proyecto mediante el uso de redes sociales y contenido audiovisual que resalte las características del cafetal, la zona rural de Tomás de Berlanga y la experiencia vivencial, contribuyendo así a la valorización del café local y al posicionamiento del turismo rural en Isabela.

Bibliografía

- Mintur. (2018). *Café de Galápagos, aroma y sabor para descubrirlo en este feriado*.
- Herrera, C. (2024). Agroturismo y su impacto en la economía de Galápagos. *Polo de conocimiento*.
- Arteaga, L. (2025). *Repositorio Institucional Universidad Central del Ecuador*. Obtenido de <https://www.dspace.uce.edu.ec/entities/publication/7cbc42a1-0712-450d-839b-5265e26dc809>
- Quiñonez, S. (2020). *Universidad Nacional del Nordeste*. Obtenido de https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/186817/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gortaire, Contreras, Ramirez, & Almache. (2024). *Revista Semilla del Este*. Obtenido de Universidad Técnica de Babahoyo: https://revistas.up.ac.pa/index.php/semilla_este/article/view/4436/3625
- Buitrago, J., & Garzón, N. (2025). *Universidad Nacional de Colombia*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10451417>
- Andrade, H. C. (2022). Obtenido de repositorio PUCE: <https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/a544c3cb-8c49-40af-8a9b-ec4edf5cdc27/content>
- Pozo, K. (2023). *Universidad Estatal del Sur de Manabi*. Obtenido de <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/5958/1/Pozo%20Castro%20Katherine%20Lisbeth.pdf>
- Macías, A. (2020). *Universidad de Valladolid*. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/43543/TFG-N.%201435.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pérez, S. (2010). *El valor estratégico del turismo rural como alternativa*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/agc/v28n3/v28n3a18.pdf>
- GAD Isabela. (2023). Obtenido de www.gadisabela.gob.ec
- UNESCO. (2020). Obtenido de <https://www.unesco.org/en/mab/galapagos>
- INEC. (2025). Obtenido de https://www.censoecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2024/01/Info_Galapagos.pdf
- PDOT Isabela. (2023). Obtenido de <https://municipioisabela.gob.ec/ordenanzas/>
- UDA. (2026). *Universidad del Azuay*.

ANEXOS

Anexo 1 Matriz de caracterización de cliente objetivo

ASIGNATURA: DISEÑO DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS		A LA ALTURA DEL MUNDO		UNIVERSIDAD DEL AZUAY FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS
CARACTERÍSTICAS SEGMENTOS MERCADOS TURÍSTICOS				
1. Eco-aventureros		2. Turistas culturales		3. Familias exploradoras
Descripción:		Descripción:		Descripción:
Viajeros jóvenes y activos que buscan experiencias emocionantes y contacto directo con la naturaleza. Suelen viajar solos o en pareja, y tienen una mentalidad muy orientada a la sostenibilidad.		Turistas de mediana edad, con alto interés por la historia, la arquitectura, las tradiciones y la gastronomía local. Viajan motivados por el aprendizaje y la conexión con otras culturas.		Grupos familiares que buscan actividades seguras, accesibles y divertidas para compartir tiempo juntos. Priorizan la comodidad, la organización y la seguridad del destino.
Características clave:		Características clave:		Características clave:
Amanantes de los retos físicos: hiking, escalada, rafting, etc. Buscan destinos poco explorados y auténticos. Comparten constantemente sus aventuras en redes sociales.		Valoran las experiencias significativas y educativas. Suelen planificar sus viajes con tiempo. Consumen contenido informativo: blogs, documentales, reseñas.		Alta preocupación por la logística: hospedaje, transporte, alimentación. Buscan recomendaciones y reseñas confiables. Prefieren experiencias todo incluido o guiadas.
Estrategias de marketing digital:		Estrategias de marketing digital:		Estrategias de marketing digital:
Contenido visual potente (reels, fotos 360°). Influencers de aventura/ecoturismo. Publicidad segmentada en Instagram y TikTok con hashtags como #ExploreEcuador o #AventuraSostenible.		Artículos SEO sobre patrimonio ecuatoriano. Experiencias en comunidades indígenas y museos. Campañas por email marketing con itinerarios detallados.		Promociones familiares y paquetes personalizados. Campañas en Facebook, blogs y foros de maternidad/paternidad. Contenido sobre "cosas que hacer con niños en Ecuador".
4. Nómadas digitales		5. Senior slow-travelers		6. Turismo nacional joven
Descripción:		Descripción:		Descripción:
Profesionales jóvenes que viajan mientras trabajan remoto. Buscan equilibrio entre productividad y exploración cultural. Están interesados en comunidades locales, espacios tranquilos y buena conectividad.		Adultos mayores, usualmente jubilados, que desean conocer nuevas culturas, relajarse y cuidar su bienestar físico. Muchos de ellos viajan por recomendación o en grupo.		Jóvenes ecuatorianos que viajan de manera espontánea, especialmente los fines de semana. Buscan experiencias económicas, emocionantes y visualmente atractivas para compartir en redes.
Características clave:		Características clave:		Características clave:
Valoran la autenticidad, la flexibilidad y el acceso a WiFi. Están activos en comunidades online como Reddit y grupos de Facebook. Estancias más largas que el turista tradicional.		Buscan destinos accesibles, tranquilos y con buena atención al cliente. Su uso de internet es más tradicional (buscan en Google, usan Facebook). Valoran mucho las recomendaciones de boca a boca.		Muy activos en redes sociales, especialmente TikTok e Instagram. Buscan promociones, descuentos y lugares "instagrameables". Motivados por tendencias y retos virales.
Estrategias de marketing digital:		Estrategias de marketing digital:		Estrategias de marketing digital:
Alianzas con coworkings, cafeterías y hostales. Contenido tipo "Guía para trabajar remoto desde Cuenca/Baños". Promoción en plataformas como Nomad List, Airbnb Experiences y LinkedIn.		Publicidad en Facebook y email marketing claro y simple. Reseñas, testimonios y fotos reales. Promociones con enfoque "todo incluido" o bienestar (termales, spas, naturaleza suave).		Reels/TikToks cortos y llamativos con música en tendencia. Ofertas especiales para estudiantes o fines de semana. Colaboraciones con microinfluencers locales.
7. Nómadas de fin de semana				
Descripción:				
Entre 20 y 35 años, estudiantes universitarios o profesionales en sus primeros años laborales. Viven en ciudades como Quito, Cuenca, Loja o Ambato, y buscan escapar de la rutina los fines de semana o feriados cortos, sin gastar mucho dinero. Este segmento valora experiencias visuales, únicas y que puedan compartir en redes sociales. Prefieren lo local, lo auténtico y lo que se siente "secreto" o fuera del radar turístico tradicional.				
Características clave:				
Buscan destinos de aventura, desconexión, originalidad, fotos para redes sociales Lugares naturales, glamping, cascadas, hostales rústicos con estilo Toma de decisiones basada en recomendaciones de amigos o microinfluencers locales				
Estrategias de marketing digital:				
Instagram & TikTok: Reels, videos de 15-30 segundos con tomas visuales atractivas. WhatsApp: Atención rápida para reservas y consultas. Promociones con enfoque "todo incluido"				

Anexo 2 Matriz de caracterización de la competencia del mercado



Carlos Herrera Bella
Peñaherrera

A LA ALTURA DEL MUNDO

A LA ALTURA DEL MUNDO

ASIGNATURA: DISEÑO DE EXPERIENCIA TURÍSTICA EN CONTEXTOS RURALES
MATRIZ DE CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETENCIA DEL MERCADO



DOCENTE: JORGE ALBERTO AMAYA

Criterio	Participación de mercado				Innovación en el mercado				Estrategia de competencia	Canales de Distribución				Reputación de la marca				Servicio al cliente				TOTAL				
	Grado de dominio del mercado en el que se desea incursionar				Grado de diversificación de productos con los que compete la empresa en el mercado					Métodos y alcance de distribución, incluyendo si utilizan canales directos, minoristas o plataformas online.				Imagen y reputación de la marca en el mercado, incluyendo lealtad y posicionamiento.				Calidad y disponibilidad de atención al cliente, soporte postventa y experiencia general del usuario								
Definición	1	2	3	4	1	2	3	4	Estrategia posicionamiento en el mercado a través de fijación de precios que aplica la competencia: precios bajos, premium, descuentos, calidad alta, media, etc.	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Escala de Valoración	Inexistente	Baja	Media	Alta	Única	Diversa en un sector	Multidiversa en el sector	Diversa multisectorial		Inexistente	Baja	Media	Alta	Inexistente	Baja	Media	Alta	Inexistente	Baja	Media	Alta	Inexistente	Baja	Media	Alta	
Cafetal Lincoln Moscoso "Finca Gardenia"		2			1				En el mercado se maneja un precio estandar pero se diferencian en temas de calidad de producto, ya que el proceso de cultivo y cosecha se manejan en diferentes niveles de altura, se da en el sector de las Mercedesitas.		2				2				2				2			9
<i>Justificación</i>	debido a que tiene poco tiempo de actividad				solo sacan el producto del café tostado					la distribución de este café se da de manera entre amigos y conocidos				venta y distribución directa en negocios propios del señor , cuenta con una acogida baja en ciertos hoteles				no cuentan con un soporte posventa								
Cafetal Señor Osorio "Finca los Naranjos"			3			2			En el mercado se maneja un precio estandar pero se diferencian en temas de calidad de producto, ya que el proceso de cultivo y cosecha se manejan en diferentes niveles de altura, se da en el sector de los Tintos.				4			3			2				2			14
<i>Justificación</i>	debido a que no se dedican al 100% a la actividad cafetera				sacan 2 productos , café tostado y café molido					ellos tienen canales de exportación ya que en su momento obtuvieron publicidad de una persona extranjera.				venta y distribución directa en negocios locales y exportación baja a EEUU, Alemania , España ,etc				no cuentan con un soporte posventa								
Finca el Pinzon del Señor César Jaramillo				4			3		En el mercado esta finca le ofrece al turista vivir la experiencia agrícola del cultivo y tueste del café, es reconocida por su labor cafetalera de altura, se encuentra ubicada en la parte alta de la parroquia Tomás de Berlanga.				4				4				4				4	19
<i>Justificación</i>	se dedican totalmente a la producción de café a tiempo completo				sacan varios productos procedentes del café					ellos tienen canales de exportación ya que en su momento obtuvieron publicidad de una persona extranjera.				venta y distribución directa en negocios locales y exportación baja a EEUU, Alemania , España ,etc				Acompañamiento al turista desde que ingresa a la finca hasta su salida, cuentan con servicio posventa								

<i>Finca Cuatro Hermanos de la Sra Maribel Jaramillo</i>	2	1	En el mercado es un destino de agroturismo enfocado en la producción artesanal de café y la vida rural sostenible, se encuentra ubicada en la zona alta de la isla sector Altajía	2	2	3	10
Finca en estado de crecimiento y desarrollo actualmente	solo sacan el producto del café tostado	la distribución de este café se da de manera entre amigos y conocidos	venta y distribución directa en negocios propios del señor , cuenta con una acogida baja en ciertos hoteles	El propietario da guía asistida al turista, no cuentan con servicio posventa			
<i>Finca Bellavista del Sr Modesto Tupiza</i>	4	4	En el mercado ofrece vistas de hermosos paisajes de diferentes zonas de Isabela, también gastronomía típica, sector Cerro Verde	3	3	2	16
debido a que tiene poco tiempo de actividad	se destaca en torus de experiencias vivenciales de ganadería y recolección de frutas	la distribución de este café se da de manera entre amigos y conocidos	venta y distribución directa en negocios propios del señor , cuenta con una acogida baja en ciertos hoteles	El turista es recibido en el interior de la finca y se le da tiempo libre para conocer libremente el area con poco acompañamiento, no cuentan con servicio posventa			

CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO Y COMPETENCIA

En el sector cafetalero de La Pretoria, el mercado turístico aún está en desarrollo y cuenta con pocos competidores. La Finca Gardenia de Lincoln Moscoso tiene baja participación, poca innovación y se enfoca solo en la venta de café tostado, su posicionamiento es limitado y no ofrece servicios turísticos definidos. La Finca Los Naranjos del Señor Osorio presenta un leve dominio mayor, ya que ofrece café tostado y molido, pero su enfoque sigue siendo más productivo que turístico. Ambas fincas mantienen precios similares y carecen de atención al cliente o estrategias de promoción. La Finca Pinzón del Sr César Jaramillo se destaca por su carácter innovador en el mercado, tiene su propia marca de café y está presente en ferias y exposiciones de la isla por lo que sus productos son muy conocidos. La Finca Cuatro Hermanos de la Sra Maribel Jaramillo está en remodelación, mejorando su infraestructura y pasarelas de visita por su finca para que los turistas puedan tener una experiencia más acogedora. La Finca Bellavista tiene muchas opciones de entretenimiento en la isla Isabela y se destaca por sus paseos a caballo y experiencias con ganados como vacas y toros en donde los turistas pueden ordeñar vacas y también conocer de la fauna nativa de esa zona. Esto demuestra que el mercado ofrece espacio para nuevas propuestas como Mar y Luna Café, que pueden diferenciarse al ofrecer una experiencia vivencial, sostenible y centrada en el visitante.

Elaboración propia (2026)

Anexo 3 Matriz de diseño de la experiencia turística

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA TURÍSTICA											
Experiencia agroecológica Mar y Luna café											
PROPOSITO DE SU EXPERIENCIA: Ofrecer una experiencia educativa y sensorial del café agroecológico en la finca Mar y Luna, conectando al visitante con la vida rural, las prácticas sostenibles y la comunidad local de Isabela, Galápagos.											
EPISODIO	DURACIÓN	HITO A DESARROLLAR DE LA EXPERIENCIA	LUGAR DE DESARROLLO	DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN A DESARROLLAR	RECURSOS A CONSIDERAR PARA SU OPTIMO DESARROLLO	INTEGRACIÓN DE ELEMENTO TERRITORIAL UNICO	JUSTIFICACIÓN DE LA INTEGRACIÓN	DESCRIPCIÓN DE LA DIMENSIÓN HUMANA A ESTIMULAR	DESCRIPCIÓN DEL ELEMENTO SENSORIAL A ESTIMULAR	MENSAJE TRASCENDENTAL HACIA EL VISITANTE POR PARTE DEL EPISODIO	MENSAJE TRASCENDENTAL HACIA EL VISITANTE POR PARTE DE LA EXPERIENCIA
ANTICIPACIÓN	3 días antes	"La llamada del café insular"	WhatsApp / Instagram del proyecto	Entregamos un mensaje digital que invite al turista a imaginar el aroma del café y la vida rural de Isabela antes del viaje.	Afiche digital, mensaje personalizado, fotos del lugar, tono inspirador.	Café agroecológico de finca local + identidad isleña.	Porque posiciona el café como símbolo cultural y crea expectativa emocional previa al viaje.	Emoción, curiosidad, sensación de cercanía con agricultores locales.	Visual (paisaje rural), auditivo (sonidos del campo en video), olfativo (imaginación guiada del aroma).	"Ya estás entrando en la experiencia desde tu corazón, antes que tus pies toquen la isla".	
PRESENTACIÓN	15 min	"Bienvenida a la finca rural"	Finca Mar y Luna Café	Recibimos al visitante con agua aromática de hierbas, presentamos la historia del proyecto y socializamos normas del espacio.	Mesa de bienvenida, bebidas herbales, productor local que saludó, materiales narrativos.	Hierbas locales + cultura agrícola isleña.	Porque la bienvenida desde productos del territorio fortalece la identidad rural comunitaria.	Calidez, respeto por la comunidad, reconocimiento a los productores del lugar.	Gusto y olfato (hierbas aromáticas), vista (cultivos alrededor).	"Eres un invitado especial, gracias por interesarte en nuestra forma de vivir y cultivar".	<p>*Gracias por visitar Isabela y ser parte de un turismo más consciente, aquí aprendiste que el café no es solo una bebida, es un proceso que conecta a las personas con la tierra y la comunidad, en la finca Mar y Luna Café queremos mostrarte que la agricultura sostenible, la cultura rural y el amor por la isla pueden convertirse en experiencias que inspiran, educan y dejan huellas positivas. Te invitamos a llevar contigo no solo el aroma y el sabor del café agroecológico, sino el compromiso de valorar lo local, cuidar la naturaleza y apoyar a quienes trabajan desde el campo para mantener viva la esencia de Galápagos.</p> <p>Cuando compartes estas experiencias, ayudas a que el turismo rural tenga más fuerza y futuro en nuestra isla. ¡Te vas como visitante, pero regresas como parte de nuestra historia!</p>
DESARROLLO DE LA EXPERIENCIA	1 h 30 min	"Ruta de interpretación agroecológica"	Sendero de cultivos de café y plantas compañeras	Caminata corta guiada donde contamos procesos agroecológicos, observamos plantas, insectos beneficiosos y conectamos conservación y agricultura.	Guía local (estudiantes), fichas interpretativas, sombreros, agua, repelente natural.	Finca agroecológica de Isabela (cultivo real sin químicos).	Porque es un aula viva del turismo rural sostenible en territorio insular.	Empatía por el agricultor, conciencia ambiental, interacción con el entorno.	Tacto (hojas, suelo), auditivo (aves, viento), olfato (plantas), vista (verde del campo).	"Cada semilla que cuidamos es una historia que hoy compartimos contigo".	
CLIMAX DE LA EXPERIENCIA	45 min	"El ritual del café hecho por ti"	Área de secado y preparación del café en la finca	El turista participa en el proceso simbólico: cosecha ligera, molido manual y preparación filtrada guiada del café, mientras conversa con el productor.	Molino manual, espacio seguro, café fresco, productor que comparte su experiencia, filtros, jarra, tazas.	Molido artesanal + tradición agrícola isleña.	Es único porque pocas experiencias turísticas permiten participar en el proceso REAL del café en islas protegidas.	Trabajo colaborativo, aprendizaje práctico, orgullo de preparar algo propio, diálogo intergeneracional.	Olfato (aroma del grano molido), oído (sonido del molino y café cayendo), gusto (primer sorbo), vista (colores, proceso).	"Este café lo has hecho con tus manos, ahora también lo llevas en tu memoria".	
DESENLACE	20 min	"Souvenir con propósito"	Zona de descanso con vista completa del cafetal, perfil costanero de de Pto. Villamil y vista de islas aledañas.	Entregamos bolsitas de café molido por el visitante y una tarjeta donde escriben qué sintieron, cierre fotográfico con mirador natural al fondo, reflexión final.	Bolsitas, tarjetas, stickers locales, espacio para fotos, mirador seguro.	Vista al mar desde el campo de Isabela.	Porque une lo rural y lo marino como símbolo territorial distintivo de la isla.	Agradecimiento, sentido de conexión con la comunidad local, inspiración a compartir.	Gusto (café), vista (mar), tacto (souvenir), emoción (palabras escritas).	"Lleva contigo un pedacito de nuestro esfuerzo, sueños y sostenibilidad".	

Elaboración propia (2026)

Anexo 4 Invitación formal al alcalde de Isabela, Ing. Alfredo Morocho a la socialización territorial



Puerto Villamil, 10 de abril del 2026



10 ABR 2026

ALCALDIA
Hora: 11:26
Firma:

Ing.
Alfredo Morocho
ALCALDE DEL GAD MUNICIPAL DE ISABELA
Presente. -

De nuestras consideraciones

Reciba un cordial saludo de parte de los estudiantes de la carrera de Turismo Rural de la Universidad del Azuay.

Por medio de la presente, permítanos extenderle una atenta invitación a participar en el proceso de socialización de nuestros trabajos de graduación, evento que desarrollará en nuestro cantón con los siguientes detalles:

FECHA 1: VIERNES 17 abril de 2026
HORA: 17H00 PM
LUGAR: Auditorio Municipal "TEATRO HISTORIAS VIVAS"

- "Diseño de una experiencia de agroturismo como estrategia para la valorización del café en Isabela-Galápagos".
- "Turismo gastronómico en la Isla Isabela-Galápagos propuesta de diversificación de la oferta turística".
- "Diseño de un guion interpretativo para la conservación de la scalesia cordata en la isla Isabela-Galápagos".

FECHA 2: SÁBADO 18 abril de 2026
HORA: 10h00 AM
LUGAR: Auditorio Municipal "TEATRO HISTORIAS VIVAS"

- "Propuesta de agroturismo sostenible en la finca Eco Paradise, parroquia Tomás de Berlanga, cantón Isabela, Galápagos".
- "Diseño de una experiencia de agroturismo en la finca Santa Bárbara, Isla Isabela-Galápagos".
- "Diseño de una experiencia turística regenerativa en la zona alta de la Isla Isabela"
- "Propuesta ciclo turística como alternativa de recreación en la zona alta de la Isla Isabela Galápagos"

El objetivo de este encuentro es generar un espacio de diálogo y articulación entre los diferentes actores del territorio, con el fin de fortalecer la cooperación interinstitucional, recoger aportes técnicos y promover estrategias conjuntas que contribuyan al desarrollo turístico de la Isla Isabela.

Anexo 5 Invitación formal al presidente del GAD Tomás de Berlanga de Isabela, Tnlg. Emilio Armas a la socialización territorial



Puerto Villamil, 10 de abril del 2026

Tnlg.
Emilio Armas
PRESIDENTE DEL GAB TOMAS DE BERLANGA
Presente. -



De nuestras consideraciones

Reciba un cordial saludo de parte de los estudiantes de la carrera de Turismo Rural de la Universidad del Azuay.

Por medio de la presente, permítanos extenderle una atenta invitación a participar en el proceso de socialización de nuestros trabajos de graduación, evento que desarrollará en nuestro cantón con los siguientes detalles:

FECHA 1: VIERNES 17 abril de 2026
HORA: 17H00 PM
LUGAR: Auditorio Municipal "TEATRO HISTORIAS VIVAS"

- "Diseño de una experiencia de agroturismo como estrategia para la valorización del café en Isabela-Galápagos".
- "Turismo gastronómico en la Isla Isabela-Galápagos propuesta de diversificación de la oferta turística".
- "Diseño de un guion interpretativo para la conservación de la scalesia cordata en la isla Isabela-Galápagos".

FECHA 2: SÁBADO 18 abril de 2026
HORA: 10h00 AM
LUGAR: Auditorio Municipal "TEATRO HISTORIAS VIVAS"

- "Propuesta de agroturismo sostenible en la finca Eco Paradise, parroquia Tomás de Berlanga, cantón Isabela, Galápagos".
- "Diseño de una experiencia de agroturismo en la finca Santa Bárbara, Isla Isabela-Galápagos".
- "Diseño de una experiencia turística regenerativa en la zona alta de la Isla Isabela"
- "Propuesta ciclo turística como alternativa de recreación en la zona alta de la Isla Isabela Galápagos"

El objetivo de este encuentro es generar un espacio de diálogo y articulación entre los diferentes actores del territorio, con el fin de fortalecer la cooperación interinstitucional, recoger aportes técnicos y promover estrategias conjuntas que contribuyan al desarrollo turístico de la Isla Isabela.

Elaboración propia (2026)

Anexo 6 Copias del registro de asistencia de la socialización del proyecto

Nº	Nombre y Apellido	Institución a la que representa	Correo	Cedula	Firma
1	MARCELA ALVARADO		marcelaalvarado1979@hotmail.com	0723629603	
2	Mario Domala	Agencia Galasisa	mario.domala@galasisa.com	010542677	
3	Miguel Ángel	GADMI			
4	Daniela Gil	GADMI			
5	Francisco Segura	Dirección Parque Nacional Galapagos	franciscosegura@pnb.gov.ec	200036745	
6	Margarita Grijalva	MPCEI / DEI	mgrijalva@mpcei.gov.ec	2000144323	
7	MARCELA LUCAS FLORA	MAP	lucasa@map.gov.ec	03016527-4	
8	Julia Borada		borada.julia@vtr.com	0918999426	
9	LUIS TOSIPUNTA		luis.tosipunta@vtr.com	0916928666	
10	Michelle Salazar Montoya		msalazar@vtr.com	0915635834	
11	Ionise Estrada Bustos		ionise@vtr.com	0996105840	

Nº	Nombre y Apellido	Institución a la que representa	Correo	Cedula	Firma
1	EMILIO CARLOS DUEÑAS	Boviberos	emilioduenas@netmail.com	1000071700	
2	Jofre Fernando Aguirre P.		jofreaguirre@netmail.com	1727206466	
3	Anay Noelys Aguirre P.		anaynoelys@netmail.com	1727206474	
4	Shirley Elizabeth D/oz M.		elizabethdoz@netmail.com	0720384335	
5	Patricia			0724232549	
6	Roxana Olalla Rodriguez	Fincas "flor y luna"	roxana.olalla@netmail.com	0957815616	
7	Antonio Lila	GADMI		0934600128	
8	Carlos Mendoza Quintan	GADMI	carlosmendoza@netmail.com	0992378221	
9	Bella Gonzalez		bellag@netmail.com	091628605	
10	Dary Ballesteros		daryballesteros@netmail.com	200014432	
11	Jahir Abdeye Luna	Fincas "flor y luna"	jahirabdeye@netmail.com	0427408195	