

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**Chaki Adventure: Impulsando el Turismo Interno en Jóvenes
Ecuatorianos**

Leonardo David Santana Oyola

Diseño Gráfico Comunicacional

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciado en Diseño Gráfico

Quito, 15 de diciembre de 2024

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ
Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

**Chaki Adventure: Impulsando el Turismo Interno en Jóvenes
Ecuatorianos**

Leonardo David Santana Oyola

María Cristina Muñoz Hidalgo, MA Interaction Design

Quito, 15 de diciembre de 2024

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombres y apellidos: **Leonardo David Santana Oyola**

Código: **Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

Código: **00212755**

Cédula de identidad: 1727370197

Lugar y fecha: Quito, 15 de diciembre de 2024

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

RESUMEN

El proyecto "Chaki Adventure" surge para incentivar la participación de los jóvenes ecuatorianos en el turismo interno, aprovechando la riqueza natural y la diversidad de actividades al aire libre que ofrece el Ecuador. Esta marca se enfoca en promocionar destinos menos conocidos, destacando las experiencias auténticas y dinámicas en entornos naturales, y fomentando el turismo de aventura como una opción atractiva y accesible. Mediante estrategias innovadoras de marketing y una plataforma digital, *Chaki Adventure* busca conectar a jóvenes aventureros con lugares únicos del país, promoviendo una conexión profunda con el entorno y contribuyendo al desarrollo del turismo local.

La propuesta incluye el diseño de contenidos interactivos y alianzas estratégicas con empresas del sector turístico, para crear un ecosistema que integre a los jóvenes en la exploración y preservación de su propio país. Este proyecto no solo pretende fortalecer la identidad turística de Ecuador, sino también posicionar al turismo de aventura como un motor de desarrollo social y económico en comunidades rurales y naturales.

Palabras clave: Turismo interno, Ecuador, Jóvenes aventureros, Chaki Adventure, Turismo de aventura, Experiencias auténticas, Conexión con la naturaleza, Identidad turística, Desarrollo local.

ABSTRACT

The *Chaki Adventure* project aims to encourage young Ecuadorians to participate in domestic tourism by leveraging the country's natural richness and diverse outdoor activities. This brand focuses on promoting lesser-known destinations through authentic and dynamic experiences in natural settings, positioning adventure tourism as an appealing and accessible option. Through innovative marketing strategies and a digital platform, *Chaki Adventure* seeks to connect young adventurers with unique spots across Ecuador, fostering a deeper connection with the environment and contributing to local tourism development.

The proposal includes interactive content design, social media challenges, and strategic partnerships with companies in the tourism sector, creating an ecosystem that engages youth in exploring and preserving their country. This project not only aims to strengthen Ecuador's tourism identity but also positions adventure tourism as a driver of social and economic development in rural and natural communities.

Key words: Domestic tourism, Ecuador, Young adventurers, Chaki Adventure, Adventure tourism, Authentic experiences, Nature connection, Tourism identity, Local development.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Introducción	9
Desarrollo del Tema.....	10
1. El problema	10
Público Objetivo:	11
Antecedentes:	11
Plan de marketing turístico para la ruta de Downhill mama Rumi en el Cantón Chimbo-Ecuador	11
Time to reset in Ecuador	12
Xpedición Album, Ecuador	13
Confirmación del problema	14
Encuesta	14
Objetivo General.....	15
Objetivos específicos	15
2. Descripción producto o servicio	16
Propuesta gráfica.....	17
Logo	17
Paleta cromática	18
Tipografía.....	19
Concepto de Submarcas:.....	20
Ejemplo de Chaki Esenciales:.....	20
Ejemplo de Submarca para Destinos Turísticos:	20
Exhibición	20
Explicación de la exhibición con la gráfica	21
Integración del diseño en la exhibición	21
Página web	22
Chaki Esenciales	23
Relación con la estrategia de la marca	24
Conclusiones	24
Referencias bibliográficas.....	26
Anexo A: Preguntas de la encuesta.....	27
Anexo B: Web de exhibición.....	30

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Logo Chaki Adventure	17
Figura 2. Paleta cromática Chaki Adventure	18
Figura 3. Submarcas Chaki Adventure	20
Figura 4, Mock up Chaki Esenciales	20
Figura 5. Fotografía exhibición.....	21
Figura 6. Fotografía exhibición.....	22
Figura 7. Página web Chaki Adventure	22
Figura 8. Fotografía Chaki Esenciales	23

INTRODUCCIÓN

Este proyecto tiene como objetivo abordar la escasa participación de los jóvenes ecuatorianos en el turismo interno y proponer estrategias efectivas para fomentarlo a través de la marca *Chaki Adventure*. En esta introducción se proporcionará una visión general del tema, resaltando su importancia en el contexto ecuatoriano y los antecedentes que han motivado este proyecto.

A pesar de la extraordinaria diversidad natural y las múltiples oportunidades de turismo de aventura que ofrece Ecuador, muchos jóvenes aún prefieren destinos internacionales en lugar de explorar los tesoros naturales y culturales de su propio país. Esta tendencia plantea interrogantes sobre las razones subyacentes y sobre las estrategias que podrían incentivar a los jóvenes a descubrir Ecuador mediante experiencias de turismo de aventura accesibles y auténticas.

El diagnóstico de la situación revela que varios factores contribuyen a la baja participación juvenil en el turismo interno. Estos incluyen la falta de promoción dirigida a los intereses y estilos de vida de los jóvenes, escasa visibilidad de destinos menos conocidos y la percepción de que el turismo local carece de experiencias atractivas y accesibles para este grupo demográfico. Estos elementos reflejan una desconexión entre la oferta de destinos nacionales y las expectativas de los jóvenes aventureros.

A pesar de que investigaciones previas, de las cuales se hablará más adelante, han explorado las preferencias de viajes de los jóvenes ecuatorianos y sus barreras para el turismo interno, aún queda por desarrollar una solución que resuene, específicamente, ante el público joven. *Chaki Adventure* busca llenar este vacío a través de una estrategia que conecta a los

jóvenes con destinos poco explorados en Ecuador, promoviendo una conexión auténtica con la naturaleza y fomentando el turismo de aventura.

En las secciones siguientes se examinarán cada uno de los factores que afectan la participación de los jóvenes en el turismo interno; desde la promoción de experiencias personalizadas y atractivas, hasta el uso de herramientas digitales y el diseño de estrategias de marketing efectivas. Cada aspecto será analizado en detalle para proponer un modelo sostenible que contribuya a fortalecer la identidad turística de Ecuador y al desarrollo económico y social de sus comunidades.

DESARROLLO DEL TEMA

1. El problema

El turismo interno en Ecuador enfrenta un desafío clave: la baja participación de los jóvenes en la exploración de su propio país. A pesar de que Ecuador posee una extraordinaria riqueza natural, cultural e histórica, muchos jóvenes optan por destinos internacionales, dejando en segundo plano los atractivos locales. Esta tendencia no solo limita el desarrollo económico del turismo nacional, sino que también debilita el sentido de identidad y la conexión cultural de esta generación con su entorno.

Para abordar este desafío, *Chaki Adventure* propone un enfoque estratégico, es decir, busca centrarse en la planificación a largo plazo y en los objetivos estratégicos del proyecto, priorizando metas y recursos en lugar de abordar todos los aspectos del contexto, puesto que, al impulsar el turismo interno de manera prioritaria, se tendrá como consecuencia la mejora continua tanto del área económica como de las características sociales de los lugares que los jóvenes ecuatorianos visiten. Así pues, la marca busca promover el turismo de aventura como

una alternativa accesible y atractiva que permita a los jóvenes redescubrir su país a través de experiencias significativas y auténticas en entornos naturales.

Este trabajo propone analizar cada aspecto del problema y desarrollar estrategias innovadoras de activación de marca que incentiven a los jóvenes a explorar Ecuador, contribuyendo así a la economía local y fortaleciendo su sentido de identidad y conexión con el entorno.

Público Objetivo:

El público objetivo de *Chaki Adventure* está compuesto por jóvenes que realizan deporte aventura. Son exploradores apasionados por las actividades al aire libre y deseosos de vivir aventuras únicas. Este grupo busca descubrir destinos poco conocidos que les permitan conectar profundamente con la naturaleza, alejándose de lo convencional. Les atraen experiencias auténticas y dinámicas que combinen emoción, aprendizaje y respeto por el entorno, promoviendo una relación sostenible con los lugares que visitan. Estos jóvenes valoran las actividades que desafían sus límites, estimulan su curiosidad y les ofrecen la oportunidad de crear recuerdos inolvidables mientras descubren la riqueza cultural y natural de Ecuador.

Antecedentes:

Plan de marketing turístico para la ruta de Downhill mama Rumi en el Cantón

Chimbo-Ecuador

Se trata del desarrollo de un plan de marketing turístico para la ruta de Downhill "Mama Rumi", ubicada en el cantón Chimbo, provincia de Bolívar, Ecuador. Este proyecto busca promover el turismo deportivo y de aventura, utilizando una ruta reconocida

internacionalmente por sus características únicas para el ciclismo extremo. A través del diseño de estrategias de marketing, se plantean actividades como ciclismo, caminatas, observación de flora y fauna, y servicios complementarios que beneficien tanto a visitantes nacionales como internacionales. Además, se incluyen análisis financieros, estrategias de promoción y posicionamiento que demuestran la rentabilidad y viabilidad del proyecto, destacando su potencial para dinamizar la economía local y fortalecer el turismo sostenible en la región. (Núñez Servones et al., 2021)

Este trabajo tiene un impacto significativo, ya que demuestra cómo iniciativas bien planificadas pueden atraer a jóvenes y fomentar su participación en el turismo interno. Para *Chaki Adventure*, este documento constituye un antecedente valioso, ya que muestra el éxito de vincular deportes extremos con experiencias auténticas en la naturaleza, utilizando estrategias de marketing enfocadas en públicos específicos. También resalta la importancia de posicionar destinos poco explorados como alternativas emocionantes y sostenibles, un enfoque que se alinea perfectamente con los objetivos de *Chaki Adventure*.

Time to reset in Ecuador

En 2023, el Ministerio de Turismo de Ecuador se enfrentó al desafío de reposicionar al país como un destino turístico atractivo tras los efectos devastadores de la pandemia de COVID-19. Con ese objetivo, lanzó la campaña internacional "*Time to Reset in Ecuador*", una iniciativa que destaca la megadiversidad del país y lo presenta como el lugar perfecto para recargarse de nuevas energías y reconectarse con la naturaleza. Bajo el concepto de mostrar un territorio pequeño pero excepcionalmente rico en belleza natural, cultura y hospitalidad, la campaña buscó atraer a viajeros de mercados clave como Estados Unidos, Canadá, Gran

Bretaña, Alemania y España, que representan el 49% de los turistas que visitó Ecuador. (Secretaría General de Comunicación de la Presidencia, s. f.)

La estrategia de promoción, completamente digital y adaptada a las demandas actuales, incluyó 50 microvideos difundidos en redes sociales, generando más de 43 millones de impresiones en su primer mes. Con una inversión de 1,85 millones de dólares, la campaña logró posicionar a Ecuador como un destino turístico competitivo, destacando su contribución a la generación de más de medio millón de empleos y la dinamización de 52 actividades productivas. Además, se suma a políticas como la eliminación del ISD, la firma del acuerdo de Cielos Abiertos y créditos preferenciales para emprendedores turísticos. Estas acciones no sólo fortalecieron la industria turística, sino que también establecieron un precedente importante para proyectos como *Chaki Adventure*, que puede inspirarse en esta campaña para conectarse con su público objetivo mediante narrativas auténticas, digitales y emocionalmente impactantes, destacando la riqueza natural y cultural del Ecuador..

Xpedición Album, Ecuador

En 2015, el Ministerio de Turismo de Ecuador lanzó el *Álbum Xpedición*, una estrategia innovadora destinada a fomentar el turismo interno entre los jóvenes. Este álbum interactivo no solo era una herramienta de colección, sino también un medio educativo que llevaba a niños y adolescentes a recorrer las maravillas del país a través de 36 páginas llenas de aventuras protagonizadas por personajes entrañables como Iván, Claudia, Betsi y Waira, acompañados por espíritus simbólicos de las regiones. Con 400.000 álbumes y 4 millones de sobres distribuidos a nivel nacional, la iniciativa logró una cobertura masiva, llegando a hogares, escuelas y centros comerciales. Además, se incluyeron premios como paquetes turísticos y actividades promocionales, lo que motivó a las familias a participar activamente en el proyecto.

Esta campaña no solo despertó un profundo interés por la diversidad de Ecuador, sino que también promueve valores como el respeto, la bondad y la conexión con la naturaleza. (Ministerio de Turismo, s. f.)

El impacto de esta estrategia fue notable, al sentar las bases para futuras iniciativas que integren educación, entretenimiento y turismo sostenible. Como antecedente de *Chaki Adventure*, el *Xpedición Album* destaca la importancia de conectarse emocionalmente con las audiencias jóvenes, utilizando formatos creativos y accesibles. Este enfoque demuestra que, al inspirar a las nuevas generaciones a explorar y valorar su país, es posible fomentar un sentido de identidad cultural mientras se dinamiza la industria turística. Con esta referencia, *Chaki Adventure* puede diseñar propuestas que combinan experiencias inmersivas con narrativas atractivas, adaptándose a los intereses de un público moderno en búsqueda de autenticidad y aventura.

Confirmación del problema

Encuesta

La encuesta se llevó a cabo con un total de 22 estudiantes de la Universidad de las Américas (UDLA) y la Universidad San Francisco de Quito (USFQ). Este proceso tuvo como objetivo principal recopilar información detallada sobre las percepciones e intereses y de los jóvenes en relación al tema de estudio. Los resultados obtenidos permiten identificar patrones y tendencias clave dentro de este grupo demográfico, aportando datos valiosos para el análisis y desarrollo del presente trabajo. A continuación, se presentan los hallazgos más importantes ([Anexo A. Preguntas de la Encuesta](#))

Análisis de los hallazgos más relevantes de la encuesta

Tanto en la pregunta dos como en la cuatro, los costos accesibles se destacan como un factor crucial en la planificación de un viaje. En la pregunta dos, el 72.7% de los encuestados identificó los costos como una influencia determinante, mientras que en la pregunta cuatro, el costo fue señalado como el principal factor a considerar, con un 77.3%. Al unificar ambos resultados, queda claro que el valor económico es un aspecto de suma importancia para los encuestados al momento de tomar decisiones relacionadas con sus viajes.

En la pregunta tres, los resultados muestran que la tendencia de nuestra muestra es viajar dos o más veces al año. Un 31,8% de los encuestados indicó que realiza dos viajes al año, mientras que otro 31,8% señaló que viaja más de dos veces al año. Estos datos reflejan una inclinación significativa hacia una alta frecuencia de viajes entre los participantes

En la pregunta cinco, respecto a las fuentes de información, se observa una clara tendencia hacia las redes sociales, con un 72.3% de los encuestados, seguida de los blogs, que fueron mencionados por un 63.6% del total.

En la pregunta siete, respecto a las dificultades al buscar información, la falta de promoción de los lugares fue mencionada por el 50% de los encuestados.

Tanto en la pregunta 8 como en la 10, la información y la promoción son aspectos clave. Los resultados muestran que una gran parte de la muestra considera importante recibir más información sobre los destinos turísticos, y que los jóvenes creen que existe una falta de promoción de estos lugares.

Objetivo General

Promover y fomentar una cultura de turismo interno entre los jóvenes, motivándolos a explorar y descubrir diversas rutas y destinos únicos en Ecuador.

Objetivos específicos

Crear una marca que ayude a promocionar destinos de aventura en Ecuador

Diseñar una página web que permita el acceso a posibles aventureros a conectar con anfitriones de destinos únicos.

Proveer información confiable y actualizada sobre destinos y actividades, facilitando la planificación y optimización del tiempo para experiencias de turismo de aventura en Ecuador.

2. Descripción producto o servicio

Chaki Adventure es una marca de turismo de aventura. Se enfoca en la activación de marca de anfitriones locales que ofrecen experiencias únicas en rutas menos conocidas. A modo de intermediario, conecta a los jóvenes con estos anfitriones, facilitando el acceso a aventuras auténticas en entornos naturales diversos. La misión de *Chaki Adventure* es promover la conexión entre los jóvenes y los destinos más genuinos del Ecuador.

La esencia de *Chaki Adventure* radica en su capacidad para generar experiencias dinámicas y memorables, invitando a la exploración y al descubrimiento de rincones escondidos del Ecuador. Como una marca de turismo de aventura, *Chaki Adventure* promueve actividades que van desde caminatas por la selva, escalada en montañas y recorridos en bicicleta por los Andes, hasta experiencias acuáticas en las costas y lagos del país. Cada una de estas vivencias busca desafiar a los jóvenes a salir de su zona de confort, conectarse con su espíritu aventurero y experimentar la naturaleza de una manera cercana, auténtica y consciente.

Dirigida a jóvenes que sienten una pasión por el aire libre y las experiencias intensas, la marca también contribuye al desarrollo de las economías locales al trabajar en conjunto

con comunidades y proveedores de servicios turísticos sostenibles en cada región. Así, *Chaki Adventure* no solo fomenta el turismo interno, sino que también ayuda a fortalecer el compromiso de las nuevas generaciones con la protección de los recursos naturales y culturales de Ecuador.

Propuesta gráfica

Logo



Figura 1. Logo Chaki Adventure

El logo de *Chaki Adventure* utiliza un diseño tipográfico simple, pero cargado de significado reflejando la esencia de la marca. Para ello se analizará su conexión con el propósito de la marca:

Diseño de las letras: Se utilizó la tipografía Fat Frank, la cual fue modificada para reforzar el espíritu aventurero de la marca. Algunas letras fueron unidas, transmitiendo solidez y unión, elementos que simbolizan comunidad y colaboración, valores fundamentales para inspirar el turismo de aventura entre los jóvenes. Estas modificaciones aportan un carácter único al diseño, alineado con la esencia dinámica y exploradora de *Chaki Adventure*.

Jerarquía visual: La palabra “CHAKI” (pie, en kichwa) tiene un tamaño predominante, destacando el vínculo de la marca con la exploración y el movimiento a pie. **ADVENTURE** está situada debajo con un peso visual menor, pero complementa el mensaje, dejando claro que la marca se enfoca en la aventura y el turismo interno.

Uso del contorno negro: El contorno grueso crea un efecto visual llamativo que garantiza la legibilidad del logo en diferentes aplicaciones, desde materiales impresos hasta

digitales. Este detalle hace que el logo sea versátil y funcional, clave para su uso en contextos diversos como merchandising, redes sociales y señalización.

Estilo minimalista: El diseño limpio y directo conecta con la estética moderna que atrae a la Generación Z, haciéndolo memorable y fácilmente reconocible.

Este logo no solo representa visualmente la misión de *Chaki Adventure*, sino que también refuerza su estrategia al capturar de manera gráfica los valores de exploración, comunidad y conexión con la naturaleza.

Paleta cromática

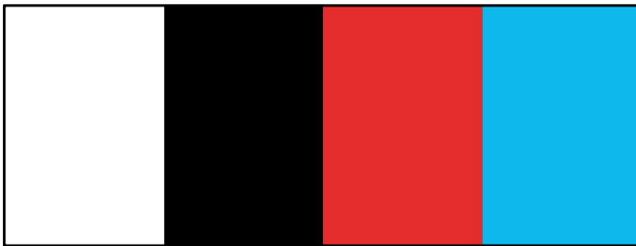


Figura 2. Paleta cromática Chaki Adventure

Blanco: Representa pureza, claridad y espacio abierto. Es un color clave para equilibrar los tonos más intensos (negro, rojo y celeste), permitiendo que las composiciones

gráficas respiren visualmente. Simboliza también la conexión respetuosa y armoniosa con el entorno natural.

Negro: Representa solidez, fuerza y profesionalismo. Proporciona un contraste necesario que realza la legibilidad y destaca los otros colores de la paleta. Además, refuerza el diseño moderno y limpio que conecta con la Generación Z.

Rojo: Simboliza energía, acción y pasión por la aventura. Este color evoca emoción y entusiasmo, invitando al público joven a sumergirse en experiencias únicas y dinámicas de turismo en Ecuador.

Celeste: Evoca frescura, libertad y una conexión profunda con los paisajes naturales del Ecuador. Este color inspira calma y aventura, reflejando cielos despejados y cuerpos de agua que forman parte de los destinos turísticos promovidos por la marca.

Tipografía

Para *Chaki Adventure*, se han seleccionado dos tipografías clave que contribuyen a la identidad aventurera y accesible de la marca: **Fat Frank** y **Univers 47 Light Condensed**.

Fat Frank es la tipografía principal del logo. Su diseño robusto y amigable transmite confianza y cercanía, mientras que las modificaciones específicas en las letras "A" para simular montañas refuerzan visualmente el concepto de aventura y conexión con la naturaleza. La apariencia sólida de esta tipografía también sugiere estabilidad y unidad, reflejando la comunidad aventurera que *Chaki Adventure* busca construir.

Tipografía Secundaria

Univers 47 Light Condensed se emplea para las submarcas y aplicaciones informativas dentro de la marca. Esta tipografía ofrece un contraste limpio y elegante frente a **Fat Frank**, proporcionando una legibilidad óptima en espacios reducidos o en aplicaciones digitales. Su estilo ligero mantiene un equilibrio visual con la tipografía principal, aportando un aire moderno y profesional que complementa la imagen dinámica y juvenil de *Chaki Adventure*.

Submarcas

Bajo el concepto de *Chaki Adventure*, se plantea un sistema de submarcas que permita organizar y diferenciar los distintos productos y experiencias asociadas a la promoción del turismo de aventura en Ecuador. Este enfoque responde a la necesidad de estructurar la oferta

SUBMARCAS



Figura 3. Submarcas Chaki Adventure

de *Chaki Adventure*, ofreciendo a los jóvenes aventureros diversas formas de conexión con destinos específicos y recuerdos de sus exploraciones.

Concepto de Submarcas:

Las submarcas de *Chaki Adventure* se forman mediante la unión del nombre principal "Chaki" con un descriptor que refleje la esencia del

Ejemplo de Chaki Esenciales:



Figura 4, Mock up Chaki Esenciales

Los *Chaki Esenciales* son una línea de productos tangibles, como pines coleccionables, que representan deportes de aventura del Ecuador. Cada pin es único y temático, diseñado para capturar la identidad visual y cultural de la actividad que simboliza, convirtiéndose en un artículo de recuerdo y un incentivo para visitar más destinos.

Ejemplo de Submarca para Destinos Turísticos:

Para los lugares turísticos, se crean submarcas con nombres distintivos que resalten aspectos clave del destino. Por ejemplo, *Chaki Mamarumi* podría representar un sitio relacionado con formaciones rocosas evocando aventura y conexión con la naturaleza.

Exhibición

En la exhibición de *Chaki Adventure*, se busca transmitir la esencia de la marca mediante una activación diseñada para cautivar a los asistentes conectándolos con los valores centrales de la marca: aventura, naturaleza y exploración. La pieza principal de esta experiencia será Mamarumi, un descenso en bicicleta icónico de Ecuador que combina paisajes impresionantes y desafíos únicos, lo que lo convierte en el escenario ideal para representar el espíritu de la marca.

Explicación de la exhibición con la gráfica

La gráfica presentada para los paneles de la exhibición de *Chaki Adventure* refleja de manera clara y coherente la identidad visual de la marca, sus valores y su propósito central. A continuación, se explicará cómo esta gráfica potencia la experiencia de la exhibición y cómo se relaciona con los elementos estratégicos mencionados:

Integración del diseño en la exhibición



Figura 5. Fotografía exhibición

La exhibición de *Chaki Adventure* presenta una experiencia inmersiva diseñada para conectar a los jóvenes con la esencia del turismo de aventura en Ecuador. A través de paneles visualmente impactantes y dinámicos, se destaca la riqueza natural y las oportunidades únicas que ofrece el país para la exploración. Elementos como el logotipo de la marca, integrado de manera prominente, y mensajes inspiradores refuerzan la identidad aventurera y auténtica de *Chaki Adventure*, mientras que los colores corporativos (negro, blanco, rojo y celeste) crean una atmósfera coherente y emocionalmente atractiva.



Figura 6. Fotografía exhibición

Uno de los puntos más destacados de la exhibición es la experiencia de realidad virtual del descenso de Mamarumi, que permite a los asistentes vivir la emoción del Downhill de manera realista y emocionante. Complementada por una infografía detallada del recorrido, esta sección ofrece un desglose visual que resalta altitudes, paisajes y puntos clave, generando una comprensión profunda de la experiencia. Textos motivadores como “Vive el descenso 2200 metros en 11 km” invitan a los visitantes a imaginarse enfrentando este desafío, mientras que las gráficas y simulaciones potencian la adrenalina y la conexión emocional con el destino.

Esta exhibición cumple con los objetivos estratégicos de la marca al promover el turismo interno entre los jóvenes, destacando destinos únicos y menos explorados de Ecuador. Con un diseño gráfico dinámico, mensajes inspiradores y experiencias interactivas, se refuerza el espíritu aventurero y la conexión con la naturaleza, posicionando a *Chaki Adventure* como un puente entre los jóvenes y las aventuras extraordinarias que los esperan en su propio país.

Página web



Figura 7. Página web Chaki Adventure

La página web de *Chaki Adventure* se presenta como una plataforma diseñada para inspirar y conectar a los jóvenes amantes del deporte de aventura con experiencias únicas en Ecuador. Con un diseño moderno y visualmente impactante, la página combina imágenes

dinámicas y paisajes espectaculares que reflejan la diversidad natural del país y las oportunidades para explorar sus rincones más remotos. El uso de una tipografía limpia y colores vibrantes, como el celeste y el blanco, transmite frescura, energía y modernidad, alineándose con el espíritu aventurero de la marca.

En la exhibición, la página web se muestra como una herramienta fundamental dentro de la estrategia de *Chaki Adventure*, destacando su función de puente entre los exploradores y los destinos menos conocidos de Ecuador. La presentación de la plataforma refleja la misión de la marca: motivar a los jóvenes a descubrir su propio país mediante actividades como senderismo, ciclismo de montaña y descensos extremos, en un formato accesible y visualmente atractivo.

Chaki Esenciales



Figura 8. Fotografía Chaki Esenciales

Los *Chaki Esenciales* son pines diseñados para representar diferentes deportes de aventura en Ecuador, creados con el objetivo de conectar de manera más efectiva con los aventureros y sus gustos específicos. Cada pin simboliza una actividad única, como el ciclismo de montaña, el senderismo, la escalada o los deportes acuáticos, permitiendo a los jóvenes expresar su pasión por estas experiencias.

En la exhibición, los *Chaki Esenciales* se muestran como una forma tangible de personalizar la experiencia de aventura, permitiendo que los visitantes elijan los pines que mejor representen sus intereses. Estos pines no solo sirven como un elemento de identificación, sino también como una manera de fomentar la comunidad entre los

aventureros, conectándolos a través de sus deportes preferidos y el espíritu compartido de exploración.

Relación con la estrategia de la marca

Esta exhibición cumple con los objetivos estratégicos de la marca al promover el turismo interno entre los jóvenes, destacando destinos únicos y menos explorados de Ecuador. Con un diseño gráfico dinámico, mensajes inspiradores y experiencias interactivas, se refuerza el espíritu aventurero y la conexión con la naturaleza, posicionando a *Chaki Adventure* como un puente entre los jóvenes y las aventuras extraordinarias que los esperan en su propio país.

CONCLUSIONES

Chaki Adventure es un proyecto innovador que aborda la baja participación de los jóvenes ecuatorianos en el turismo interno, especialmente en el ámbito de la aventura al aire libre y la exploración de rutas menos conocidas en Ecuador. A través de esta investigación, se han identificado factores clave que limitan el interés juvenil, tales como la falta de información relevante y la desconexión con propuestas que apelen a sus intereses de exploración.

La solución propuesta en este proyecto se centra en desarrollar *Chaki Adventure* como una marca dinámica que promueve experiencias auténticas y emocionantes. A diferencia de plataformas digitales convencionales, *Chaki Adventure* se enfoca en construir una identidad que inspira a los jóvenes aventureros a descubrir su país, proponiendo rutas y actividades diseñadas para fomentar una conexión profunda con la naturaleza y el entorno ecuatoriano.

La propuesta busca atraer a jóvenes entusiastas de la exploración al aire libre y los deportes de aventura, motivándolos a sumarse a un movimiento de turismo interno consciente y vibrante. A través de actividades como senderismo, ciclismo de montaña, escalada y deportes acuáticos, se espera que esta iniciativa impulse la revitalización económica y cultural de varias regiones del país, promoviendo a Ecuador como un destino atractivo, accesible y lleno de oportunidades para la aventura.

A nivel nacional, *Chaki Adventure* se destaca como un proyecto con gran relevancia en la adaptación de estrategias turísticas hacia un segmento joven que valora la aventura y la autenticidad. Este trabajo subraya la necesidad de enfoques creativos y proactivos en el turismo, que se alejen de formatos convencionales y se enfoquen en fortalecer una identidad cultural y aventurera.

En términos de aprendizaje, este proyecto destaca la importancia de la innovación en la creación de productos turísticos y en la comunicación de propuestas de valor que resuenen con el mercado juvenil. Asimismo, ha generado sugerencias para futuras investigaciones, tales como explorar el impacto socioeconómico de iniciativas de turismo de aventura y el papel del marketing de experiencias en la atracción de turistas jóvenes.

Durante el desarrollo de este proyecto, se enfrentaron desafíos en la recopilación de información debido a la fragmentación de datos y la necesidad de ajustar las propuestas a las expectativas y demandas del público objetivo. Sin embargo, estos desafíos resaltan la importancia de la precisión metodológica y de un enfoque crítico para garantizar la fiabilidad de las conclusiones y recomendaciones del trabajo.

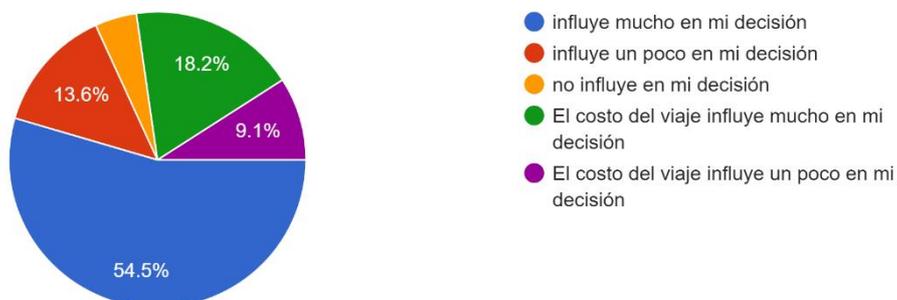
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ministerio de Turismo. (s. f.). *Xpedición Ecuador*. Recuperado 11 de mayo de 2024, de <https://www.turismo.gob.ec/mintur-presenta-el-album-turistico-xpedicion-ecuador-que-busca-motivar-a-los-ninos-a-conocer-el-pais/>
- Núñez Servones, S. A. N., Aguirre Sanabria, J. R. A., Quintana Saltos, M. F. Q., & Sánchez Chávez, G. P. S. (2021). Plan de marketing turístico para la ruta de downhill Mama Rumi en el cantón Chimbo-Ecuador. *Magazine de las Ciencias Revista de Investigación E Innovación*, 6(3), 19-36. <https://doi.org/10.33262/rmc.v6i3.1267>
- Secretaría General de Comunicación de la Presidencia. (s. f.). “*TIME TO RESET IN ECUADOR*” ES LA CAMPAÑA QUE REVOLUCIONARÁ EL TURISMO EN EL PAÍS. . Recuperado el 11 de mayo de 2024, de <https://www.comunicacion.gob.ec/time-to-reset-in-ecuador-es-la-campana-que-revolucionara-el-turismo-en-el-pais/>

ANEXO A: PREGUNTAS DE LA ENCUESTA

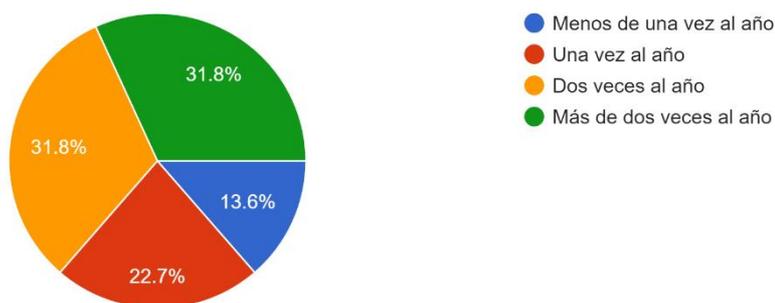
2. ¿Cómo influye el costo del viaje en tu decisión de viajar?

22 respuestas



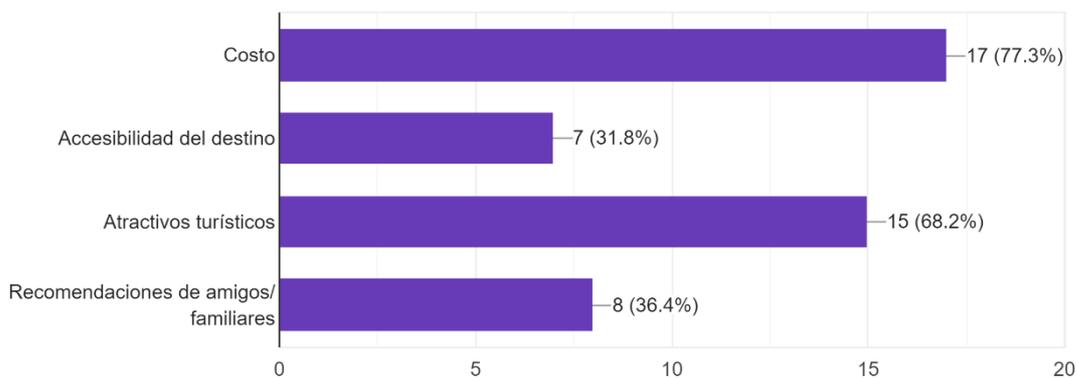
3. ¿Con qué frecuencia viajas dentro de Ecuador?

22 respuestas



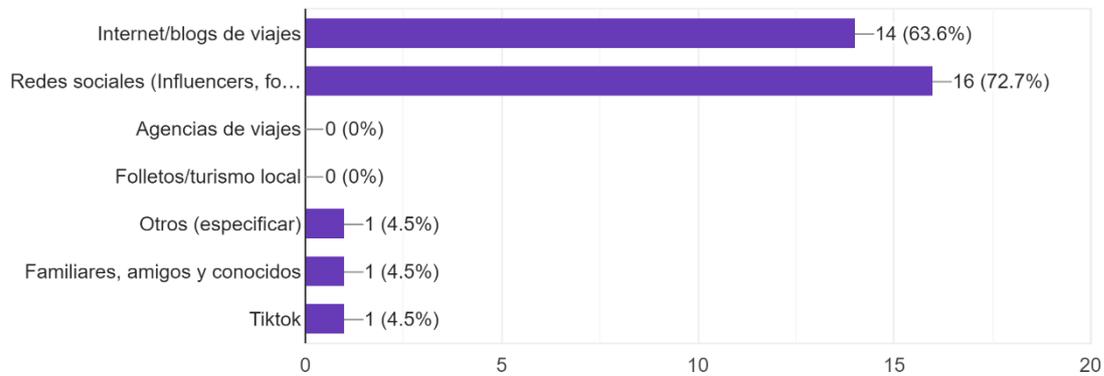
4. ¿Qué factores consideras al momento de planificar un viaje dentro del país? (respuesta múltiple)

22 respuestas



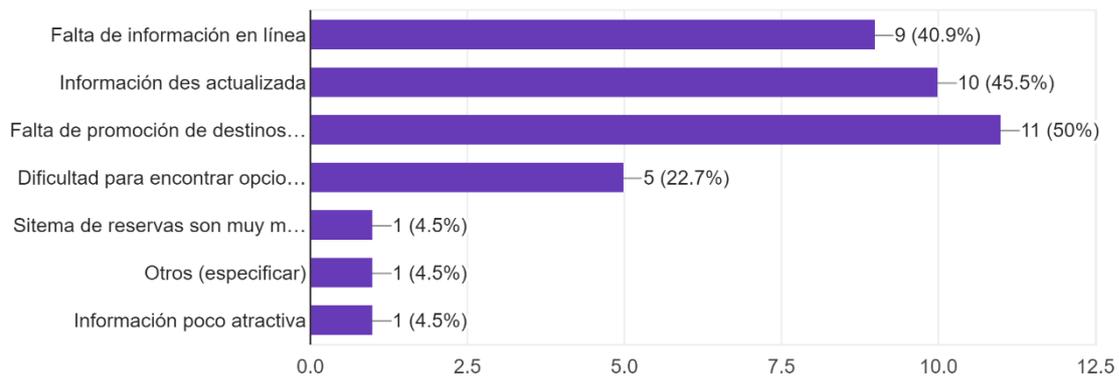
5. ¿Cuál es tu principal fuente de información al planificar un viaje dentro de Ecuador? (respuesta múltiple)

22 respuestas



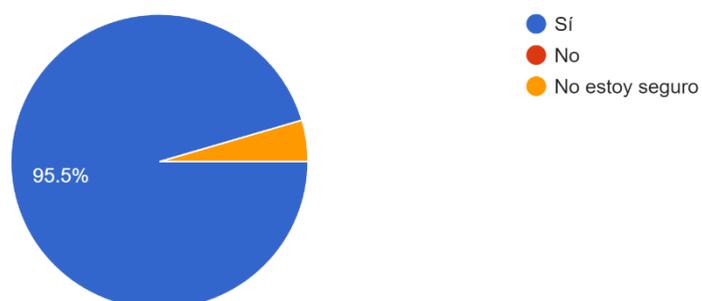
7. ¿Qué dificultades has encontrado al buscar información sobre destinos turísticos dentro del país? (respuesta múltiple)

22 respuestas



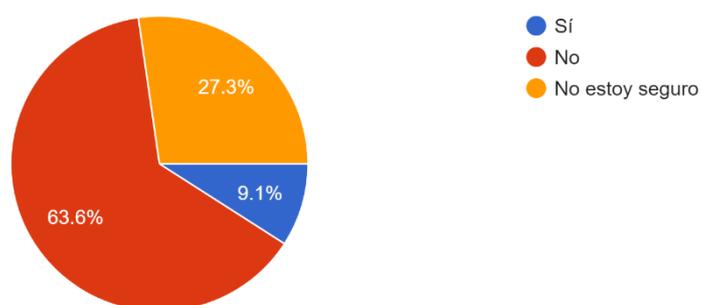
8. ¿Te gustaría contar con más información sobre destinos turísticos menos conocidos en Ecuador?

22 respuestas



10. ¿Consideras que existe suficiente promoción sobre los destinos turísticos internos entre los jóvenes ecuatorianos?

22 respuestas



ANEXO B: WEB DE EXHIBICIÓN

<https://www.exhibiciondediseno.net/pulso>