

RESUMEN EJECUTIVO

El presente Proyecto de Titulación tiene como finalidad realizar el Estudio de las Estrategias de Marketing adecuadas para el posicionamiento de la Comunidad de Yunguilla, parroquia de Calacalí, la cual se dedica al turismo comunitario. El proyecto está compuesto de cinco capítulos: el primer capítulo está conformado por las bases en las que se asienta este Proyecto; y un breve análisis de la historia y evolución del turismo a nivel nacional. Otro tema que se toma en cuenta son las tendencias del turismo, pues aporta con ideas para la mejora del turismo en el país. El segundo capítulo consta de un análisis socio- económico del Ecuador, como parte del macro entorno. Por otro lado el micro entorno se enfoca en el estudio socio- económico, político, social y las leyes que respaldan las actividades que se desarrollan dentro de la Comunidad de Yunguilla. El tercer capítulo detalla el Estudio de Mercado, que permite determinar la oferta de los habitantes de la Comunidad a través de la entrevista y la demanda por medio de encuestas a turistas de la Ciudad Mitad del Mundo; con esta información se podrá establecer estrategias para la propuesta. El cuarto capítulo contiene las estrategias planteadas para el posicionamiento del producto turístico comunitario de Yunguilla. También se propone la creación de un Departamento de Relaciones Públicas para el contacto directo con los turistas, un evento de lanzamiento para el Restaurante Comunitario y, se formula la campaña publicitaria para el cambio de imagen de la Comunidad. Por último, el quinto capítulo recoge las conclusiones y recomendaciones del estudio.

PALABRAS CLAVE:

- TURISMO COMUNITARIO
- CONSERVACIÓN AMBIENTAL
- ESTRATEGIAS COMERCIALES

ABSTRACT

This Project of Degree has the purpose make the Study of Marketing Strategies suitable for positioning Yunguilla Community, parish Calacalí, which is dedicated to community tourism. This project is composed of five chapters. The first chapter consists of a study of the reasons why this project is made; as well as a brief analysis of the history and evolution of tourism at national level, which shows a wide panorama of tourism activities in Ecuador through the years, another topic in this project are tourism trends which provides ideas to improve tourism in the country. The second chapter consists of a socioeconomic analysis of Ecuador, as part of the macro environment. Furthermore the micro environment focuses on the socio-economic, political, social study and laws that support the activities developed within the Community of Yunguilla, parish Calacalí, Pichincha Province. The third chapter details the Market Study, which determines the offer of the inhabitants of the community through interviews and demand by surveys tourists from the Ciudad Mitad del Mundo; this information may establish strategies for the proposal of this project. The fourth chapter contains the strategies proposed for positioning the Community tourism product of the parish; the creation of a Department of Public Relations for direct contact with tourists is also proposed, in addition to launching a program for Community Restaurant. Finally, the advertising campaign for the image change of the Community tourism brand is formulated. Lastly, the fifth chapter presents the conclusions and recommendations of the study.

KEY WORDS:

- COMMUNITY TOURISM
- ENVIRONMENTAL CONSERVATIOM
- COMMERCIAL STRATEGIES