

RESUMEN

El presente trabajo es un esfuerzo académico desarrollado para proponer una estrategia de mercadeo que permita fortalecer la promoción gubernamental del turismo de deportes de aventura en la ciudad de Quito y Valles aledaños. Para su elaboración se estableció un contexto introductorio sobre el entorno del sector, que permitió delimitar el alcance de la propuesta estratégica y junto al reconocimiento de los conceptos teóricos fundamentales alinearla a las recomendaciones internacionales y realidad del sector. En una primera etapa se desarrolló el análisis situacional del sector turismo como requisito indispensable para el establecimiento de una estrategia efectiva. Las conclusiones de este análisis convergieron en la construcción de la matriz de análisis FODA y matrices de ponderación de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Tomando en cuenta la insuficiente información sobre el turismo de deportes de aventura, en una etapa siguiente se llevó a cabo la investigación de mercados enfocada en los deportistas de aventura que residen en la ciudad de Quito y Valles aledaños. Como resultado de esta investigación se conoció de manera más profunda el perfil de este tipo de deportistas, su comportamiento de viajes, su forma de organizar estos viajes y su disposición a acceder a servicios turísticos que organicen viajes para la práctica de deportes de aventura. En la fase final se propone la estrategia de mercadeo para fortalecer la promoción gubernamental, considerando los componentes fundamentales del mix de marketing. Tomando en cuenta los resultados de la investigación y los objetivos y metas planteados en la estrategia, se cuantifica el impacto que la aplicación del presente trabajo podría tener en términos sociales y económicos.

PALABRAS CLAVE: TURISMO, INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, MARKETING, ECUADOR, QUITO, DEPORTES DE AVENTURA, ESTRATEGIA.