

Resumen

La comunidad de San Jacinto está ubicada en la zona rural de la provincia de Manabí, cuenta con diversos atractivos turísticos, tanto naturales como culturales, muy apreciados por quienes lo conocen; sin embargo, presenta una limitada difusión que contribuye al posicionamiento de la localidad en el mercado turístico, lo que ha provocado que únicamente sea visitado por personas que se encuentran cerca de la comunidad. La investigación tuvo como objetivo principal el analizar el marketing turístico aplicado en San Jacinto-Manabí, con el propósito de identificar su efecto en el posicionamiento en el mercado turístico regional. El presente trabajo de investigación se enmarcó en primera instancia en una revisión de literatura de la teoría de posicionamiento de la comunidad como destino turístico para la determinación del alcance de la investigación , al mismo tiempo se desarrolló bajo la metodología de investigación tipo exploratorio-descriptivo, para cumplir con este fin se empleó fuentes de información procedentes de entrevistas para el análisis de la situación actual del turismo comunitario en San Jacinto según la opinión de expertos para la interpretación de la aplicación del marketing turístico aplicado por la comunidad de San Jacinto y encuestas para el análisis del posicionamiento tanto desde la perspectiva de los prestadores de servicios como de los turistas. El principal hallazgo es la limitada aplicación del marketing turístico por parte de San Jacinto lo que dio lugar el desarrollo de propuestas basadas en la aplicación del marketing turístico buscando una mejora en su posicionamiento en el mercado turístico regional.

Palabras claves

- **MARKETING TURÍSTICO**
- **POSICIONAMIENTO**
- **COMUNIDAD**
- **SAN JACINTO**
- **DESTINO TURÍSTICO**

Abstract

The community of San Jacinto is located in the rural area of the Manabí province, it has various tourist attractions, both natural and cultural, highly appreciated by those who know it; However, it has a limited diffusion that contributes to the positioning of the town in the tourist market, which has caused that it is only visited by people who are close to the community. The main objective of the research was to analyze the tourism marketing applied in San Jacinto-Manabí, in order to identify its effect on the positioning in the regional tourism market. The present research work was framed in the first instance in a literature review of the theory of community positioning as a tourist destination to determine the scope of the research, at the same time it was developed under the exploratory-descriptive research methodology, To achieve this purpose, information sources were used from interviews to analyze the current situation of community tourism in San Jacinto according to the opinion of experts for the interpretation of the application of tourism marketing applied by the San Jacinto community and surveys to the analysis of positioning both from the perspective of service providers and tourists. The main finding is the limited application of tourism marketing by San Jacinto, which led to the development of proposals based on the application of tourism marketing seeking an improvement in its positioning in the regional tourism market.

Keywords

- **TURISTIC MARKETING**
- **POSITIONING**
- **COMMUNITY**
- **SAN JACINTO**
- **TOURIST DESTINATION**