

Resumen

En este análisis se trata de investigar la situación actual de la Ruta Escondida para determinar si es considerada un lugar potencial para turistas tanto nacionales como extranjeros, el objetivo principal es realizar un plan estratégico de marketing que nos permita diseñar estrategias para sus atractivos turísticos en general, se busca incentivar y mejorar la actividad turística.

La implementación del plan estratégico de marketing permitirá fomentar el turismo contribuyendo de esta forma al crecimiento de las 5 parroquias que pertenecen a la Ruta Escondida en el aspecto social y económico, determinando que el proyecto tenga un impacto positivo en todas las personas que habitan las parroquias. Es necesario el trabajo en conjunto de todas las autoridades para que los objetivos estratégicos puedan tener un impacto que llegue al éxito el proyecto y se obtengan los resultados esperados.

La metodología empleada es de carácter descriptivo y analítico sintética que permitió llegar a una conclusión, después se realizó un estudio de mercado para conocer las necesidades, requerimientos de los turistas y propietarios que participan en actividades comerciales dentro de la Ruta, por esta razón se realizaron encuestas y entrevistas.

Para finalizar, este trabajo de análisis se diseña un plan estratégico de marketing que estará compuesto por estrategias para posicionamiento, relaciones públicas y marketing mix para ayudar en publicidad y promoción del turismo de la Ruta Escondida.

Palabras clave:

- **RUTA ESCONDIDA**
- **ESTRATEGIAS**
- **PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING**
- **TURISMO.**

Abstract

This analysis tries to investigate the current situation of the Hidden Route to determine if it is considered a potential place for both national and foreign tourists, the main objective is to carry out a strategic marketing plan that allows us to design strategies for its tourist attractions in general. , it seeks to encourage and improve tourism activity.

The implementation of the strategic marketing plan will promote tourism, thus contributing to the growth of the 5 parishes that belong to the Hidden Route in the social and economic aspect, determining that the project has a positive impact on all the people who inhabit the parishes. . The joint work of all authorities is necessary so that the strategic objectives can have an impact that leads to the success of the project and the expected results are obtained.

The methodology used is descriptive and synthetic analytical character that allowed to reach a conclusion, then a market study was carried out to know the needs, requirements of tourists and owners who participate in commercial activities within the Route, for this reason they were carried out surveys and interviews. Finally, this analysis work designs a strategic marketing plan that will be composed of strategies for positioning, public relations and marketing mix to help in advertising and promotion of tourism on the Hidden Route.

Keywords:

- **HIDDEN ROUTE**
- **STRATEGIES**
- **STRATEGIC MARKETING PLAN TOURISM.**