

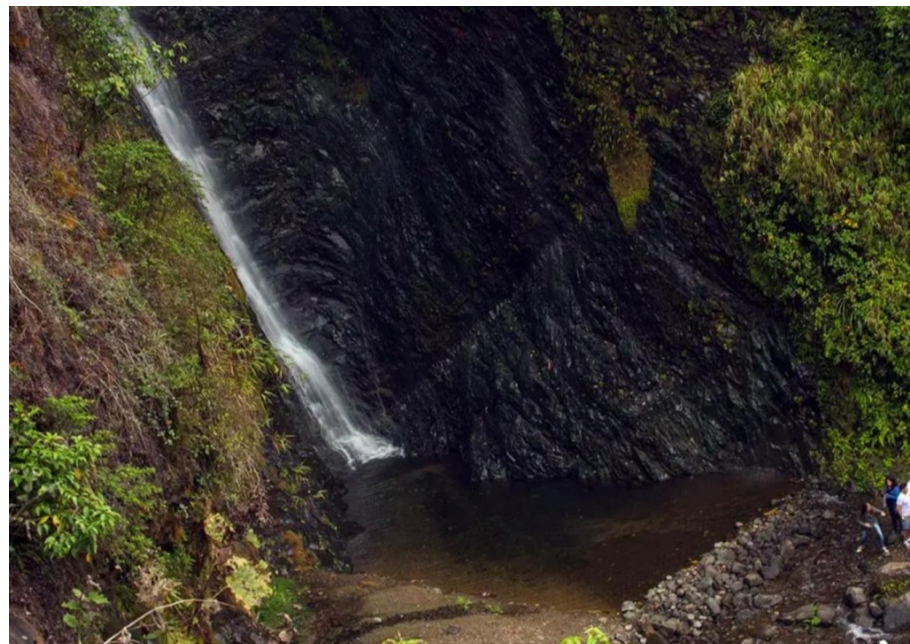
Diseño de Una Estrategia de Comunicación Digital Turística para el Cantón Bucay

PROBLEMA

Limitada capacitación de herramientas digitales de los actores locales, los escasos recursos predestinados a la promoción en línea, la falta de comunicación entre las instituciones públicas y los prestadores de servicios, debido principalmente al no tener una estrategia digital estructurada el sector turístico y sus recursos.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar una estrategia de comunicación turística digital dirigida a turistas jóvenes de aventura y excursionistas de fin de semana para fortalecer el posicionamiento turístico del cantón Bucay.



PROPUESTA

Plan de desarrollo estratégico comunicacional digital turístico de naturaleza y aventura enfocado en jóvenes excursionistas y accesible para adultos digitalizado en redes, donde se incluyen tres estrategias detalladas a continuación:

Capacitación digital de actores locales

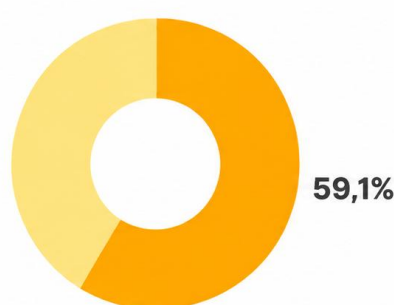
Herramientas digitales para la autogestión del viaje

Contenido digital para excursionistas

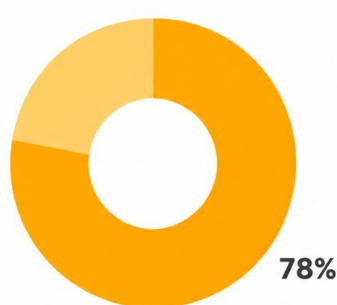


RESULTADOS

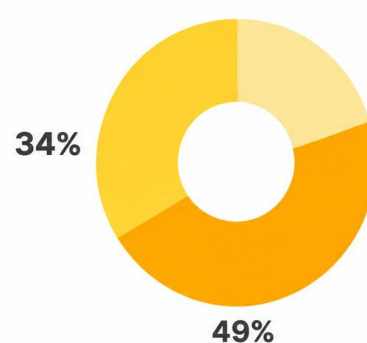
- Existen debilidades estructurales en el manejo de plataformas digitales
- Bucay no cuenta con una estrategia digital definida
- El 89% de los encuestados son excursionista
- Los encuestados planifican principalmente su viaje alrededor de actividades de naturaleza y aventura complementando con gastronomía y recorridos en la ciudad
- Utilizan las redes sociales como canales prioritarios de viaje



Ciudad de residencia
Provenientes de Guayaquil



Distribución etarea
Jóvenes adultos y adultos.



Canales Prioritarios
Instagram y Tiktok

RECOMENDACIONES

- Profundizar la investigación sobre el comportamiento y las preferencias de los excursionistas de Guayaquil, con el fin de afinar los mensajes y contenidos de la estrategia.
- Se recomienda al GAD de Bucay designar un gestor de comunidades o equipo de comunicación que gestione de manera sostenida los perfiles oficiales de turismo, garantizando la actualización periódica de la información.

CONCLUSIONES

- La estrategia de comunicación turística digital de Bucay debe orientarse al segmento de jóvenes y adultos excursionistas en el periodo de fin de semana, utilizando, Instagram y TikTok como canales principales, con contenido visual corto, práctico y atractivo que facilite la autoorganización del viaje.