

Estrategia de comunicación turística para mejorar la percepción de Guayaquil hacia el mercado de Estado Unidos de América

PROBLEMA

La percepción de Guayaquil como destino turístico entre los turistas estadounidenses ha sido significativamente afectada por la crisis de seguridad que enfrenta el país. Esta situación ha resultado en una disminución notable en la llegada de visitantes, lo que a su vez impacta negativamente en el desarrollo del sector turístico local.

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar una estrategia de comunicación digital para mejorar la percepción turística de la ciudad de Guayaquil entre los turistas estadounidenses, posicionando la ciudad como un destino atractivo y relevante.

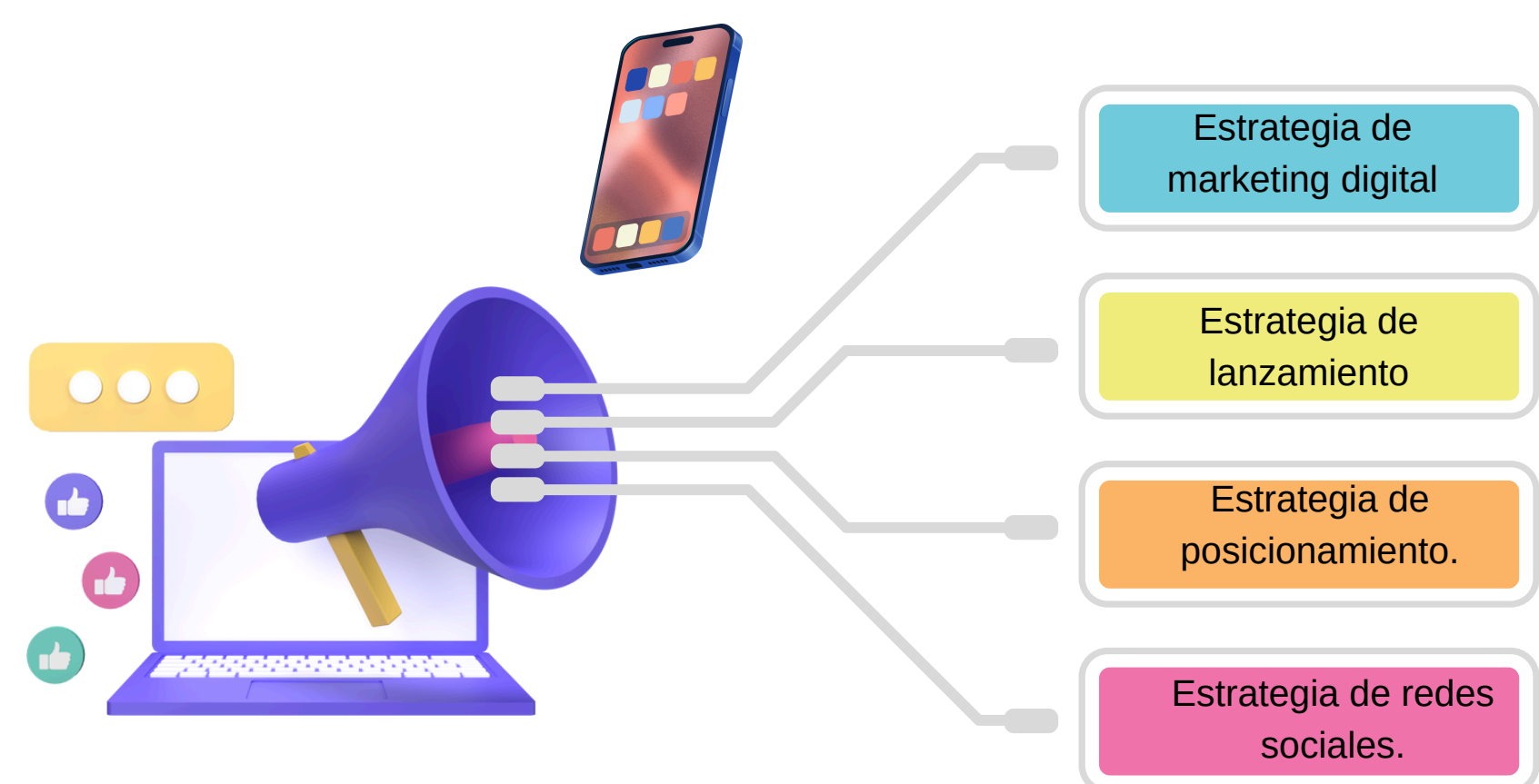


PROPUESTA

Implementación de una estrategia de comunicación digital integral que destaque la seguridad, la autenticidad y el atractivo cultural de Guayaquil.

Esta propuesta incluye la creación de la campaña con el slogan **“Guayaquil: Conócela sin riesgos , y disfrútala con confianza”** enfocada en redes sociales con videos promocionales, página web interactiva, colaboraciones con influencers y medios de comunicación especializados en viajes.

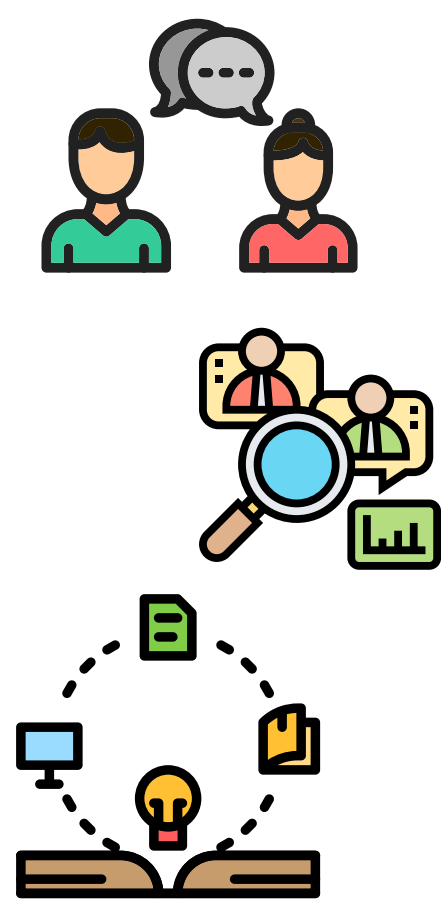
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTEGRAL



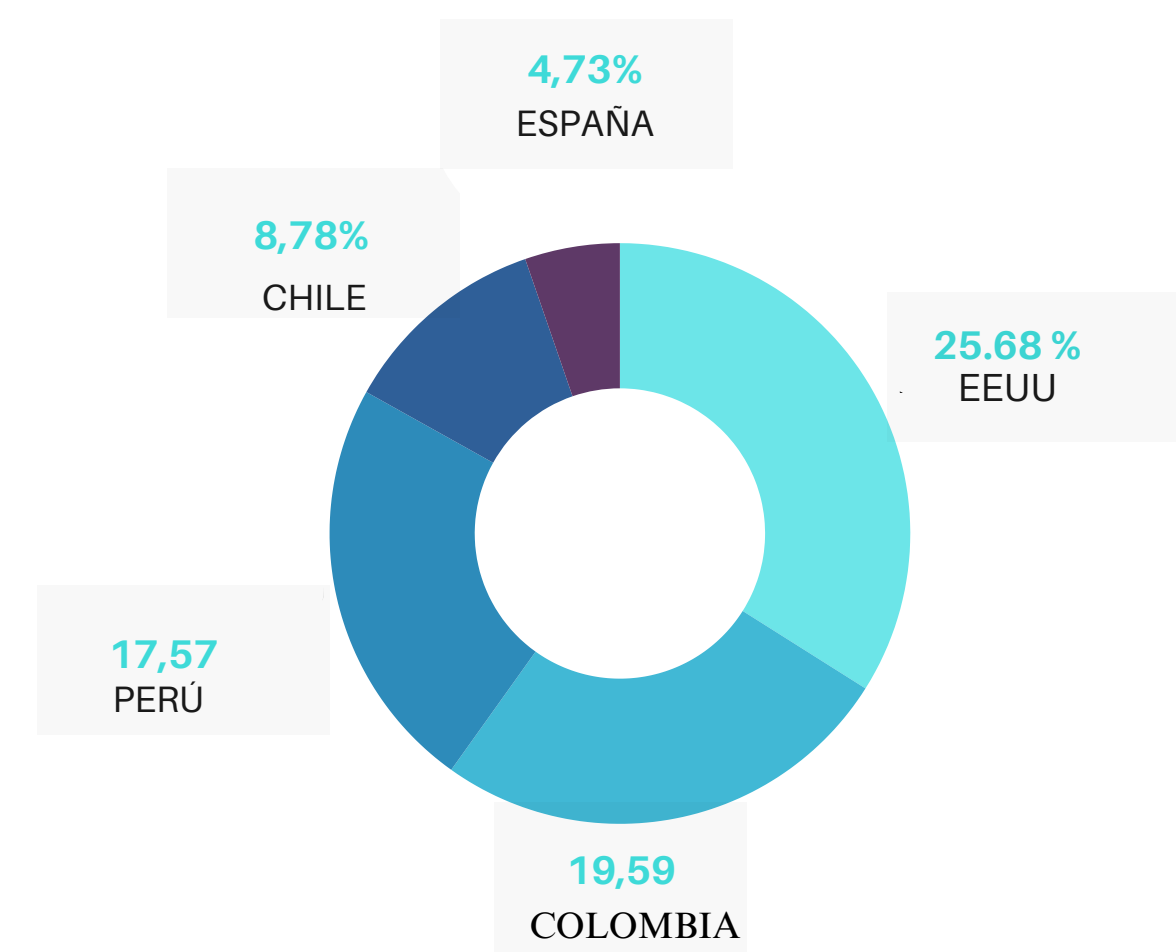
RESULTADOS

Para el análisis cualitativo se realizó:

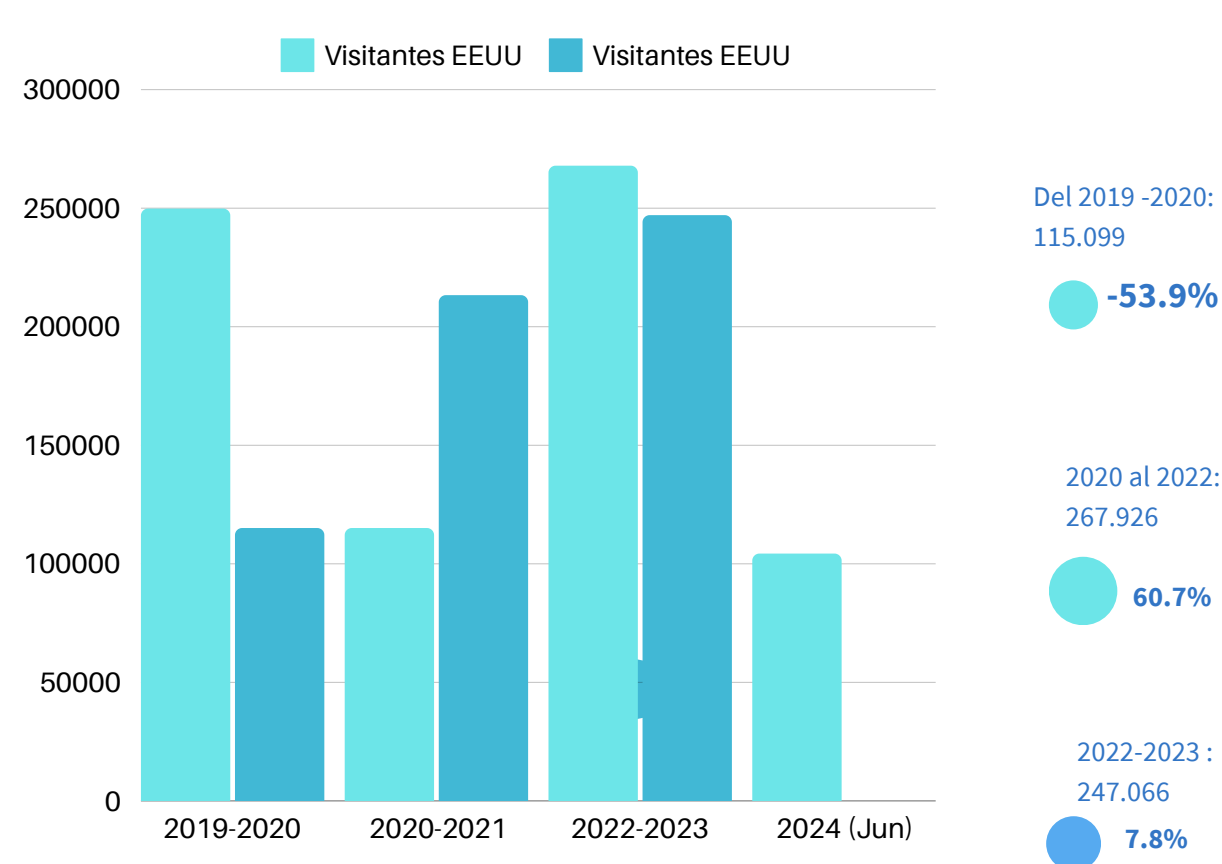
- **Entrevistas estructuradas** a miembros del Comité "Juntos por Guayaquil", quienes son actores clave del sector turístico.
- **Entrevistas a turistas residentes estadounidenses** para conocer sus percepciones y expectativas.
- **Revisión y análisis cualitativo** de los datos obtenidos del Observatorio Turístico de Guayaquil y del Ministerio de Turismo (MINTUR).



Procedencia de las visitas a la ciudad



Comportamiento anual de visitas Estadounidenses



Fuente: Entradas Internacionales de Estadounidenses-MINTUR(2024)

FACTORES QUE INCIDEN EN LA PERCEPCIÓN NEGATIVA



CONCLUSIONES

- La implementación de una estrategia integral y la campaña digital **“Guayaquil conócela sin riesgos , y disfrútala con confianza”** tiene el potencial de mejorar significativamente la percepción de seguridad de la ciudad entre los turistas internacionales, específicamente estadounidenses.
- Los esfuerzos de comunicación deben centrarse en resaltar las mejoras en seguridad y la autenticidad cultural de Guayaquil para contrarrestar las percepciones negativas actuales.
- La investigación revela que la percepción de Guayaquil puede ser transformada mediante estrategias de comunicación efectivas, que resalten sus atractivos y mejoren la confianza de los turistas. La colaboración con actores locales y el uso de plataformas digitales son esenciales para alcanzar estos objetivos.