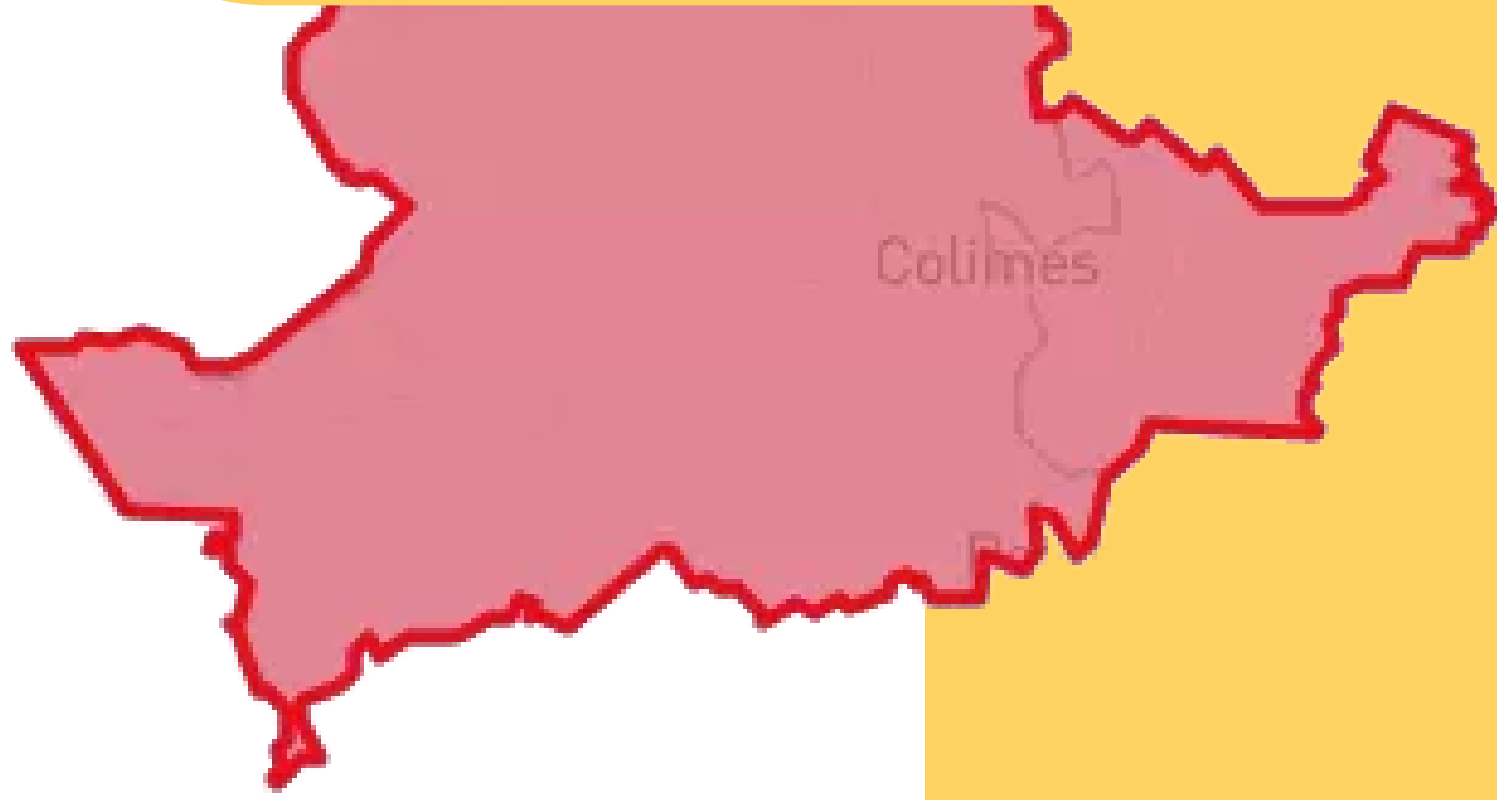


DESCUBRIENDO EL TESORO TURÍSTICO DE LOS GOBIERNOS AUTÓNOMOS DESCENTRALIZADOS

PROBLEMA

El turismo en Ecuador enfrenta desafíos en la promoción de destinos. Según el Consorcio de Gobiernos Provinciales del Ecuador (CONGOPE, 2022), solo el 8,7% de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) poseen un plan de marketing turístico, pero el 65,2% posee una marca turística, lo que nos revela que a pesar de contar con una marca no saben como comercializarla.



En el cantón Colimes (Guayas), la ausencia de una dirección de turismo hasta abril de 2024, junto con la falta de recursos financieros, conocimiento especializado y tiempo, ha impedido el desarrollo de una marca turística. Esto limita la competitividad y el desarrollo económico del cantón.

8,7% PLAN DE MARKETING TURÍSTICO

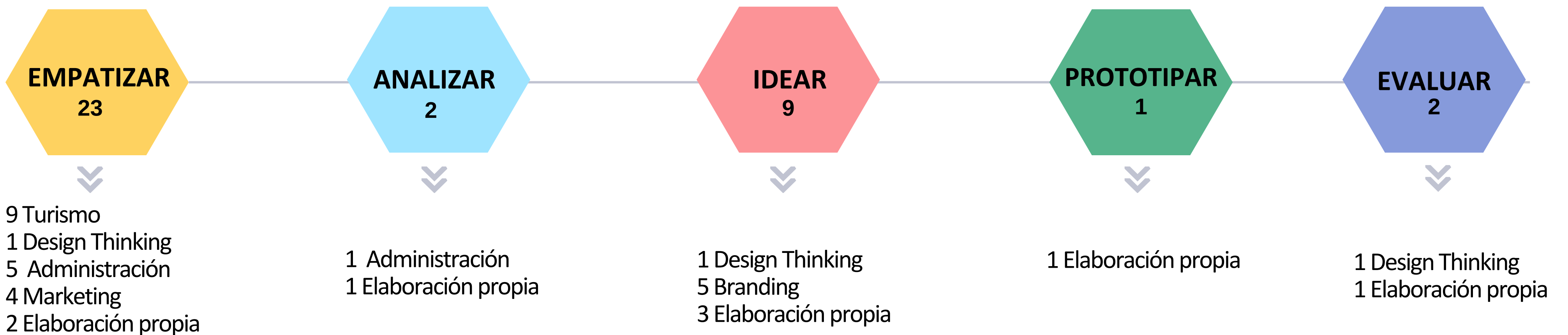
65,2% MARCA TURÍSTICA

OBJETIVO GENERAL

Diseñar una guía metodológica para la creación de una marca turística mediante la metodología de Design Thinking, aplicable a los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales que mejore la promoción, posicionamiento y competitividad turística en colaboración con todos los actores involucrados, al 2024.

PROPUESTA

METODOLOGÍA: DESIGN THINKING
TOTAL 37 PLANTILLAS



RESULTADOS

3 PROTOTIPO FINAL Y PROPUESTA DE VALOR



EL PODER DE UNA MARCA TURÍSTICA

1 DISEÑO DE LA GUIA METODOLÓGICA

Búsqueda versiones del Índice

IA Otros manuales Versión Final



7 Capítulos 5 Fases

2 VALIDACIÓN



CONCLUSIONES



Este manual determina las ventajas de crear una marca turística aplicable para los Gobiernos Autónomos Descentralizados.



Guía a los GADs a mejorar sus recursos locales, la promoción, posicionamiento y competitividad turística.



Las herramientas, métodos y técnicas seleccionados facilitan la recolección de información clave, permitiendo clasificar y aplicar los resultados más relevantes durante el desarrollo del manual. Esto, a su vez, contribuye a la construcción efectiva de la marca en los territorios involucrados.