

ESTRATEGIA PROMOCIONAL PARA LA COMUNA ENGABAO

PROBLEMA

La promoción turística en la comuna Engabao no se ha encaminado de forma correcta hasta este momento. Adicional, nuestra investigación en el territorio nos hizo descubrir otras problemáticas, tales como la falta de un producto turístico e infraestructura básica y de apoyo, los cuales son necesarios para la implementación de una campaña promocional.



OBJETIVO GENERAL

Diseñar una estrategia promocional que contribuya con el posicionamiento de la Comuna Engabao como destino turístico.

PROPUESTA

Realizando el estudio técnico de la demanda y escuchando al requerimiento de la comunidad, buscamos converger estos aspectos en los siguientes objetivos de la propuesta:

Posicionar a la comuna Engabao frente a otros destinos, asegurándolo en la memoria de los turistas.

Incrementar los gastos del turista en el destino.

Impulsar la afluencia de turistas en la comuna Engabao.

Estrategias

1 Potenciación de la marca destino de la comuna Engabao.



"Siéntete libre, siéntete relax."

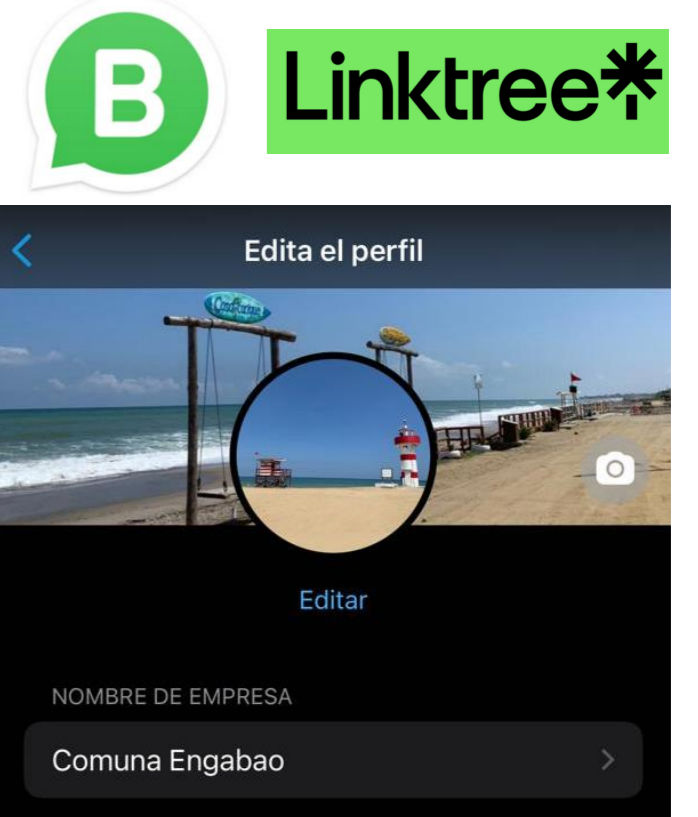
2 Promoción de los servicios de la comuna.



3 Generar alianzas con el sector público y privado.



4 Fortalecimiento de los servidores turísticos locales.



5 Activación del destino BTL: Evento gastronómico y deportivo.



RESULTADOS

Perfil del turista



CONCLUSIONES

- Antes de implementar la propuesta presentada, es crucial que la comunidad elabore un producto turístico y aborde sus deficiencias de infraestructura para el turismo.
- Las estrategias propuestas se basan en investigaciones previas que abarcan: las opiniones de los habitantes de la comunidad, los elementos distintivos del lugar y el público al que van dirigidas.
- El mercado actual está muy arraigado por el uso de la tecnología en todos los aspectos, su principal fuente de información se basa en el auge del internet y las redes sociales.
- La comunidad está muy comprometida con el potencial turístico de la Comuna Engabao, lo cual se evidencia en su trabajo de autogestión en sus servicios.