

PLAN DE MARKETING TURÍSTICO PARA LA COMUNIDAD WAYURI

PROBLEMA

El Plan de Marketing Turístico muestra cómo se va a captar y mantener relaciones rentables con los clientes. Wayuri posee recursos naturales y culturales con alto potencial, sin embargo, no ha desarrollado la promoción y difusión necesaria para captar la atención de turistas nacionales e internacionales, y como consecuencia, no tiene flujo constante de visitas.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un Plan de Marketing Turístico para el mejoramiento de la actividad turística y el nivel de competitividad de la comunidad Wayuri.



Figura 1: Comunidad Wayuri Obtenido de pastaza.travel

PROPUESTA

Diseñar un Plan de Marketing Turístico que guíe a la comunidad Wayuri en su menester de expandir su mercado y ser reconocidos como atractivo dedicado al turismo comunitario en el Ecuador, mediante la creación de estrategias y tácticas de producto, promoción, plaza y precio. Para ello, se implementó la metodología descrita en la Figura 2:

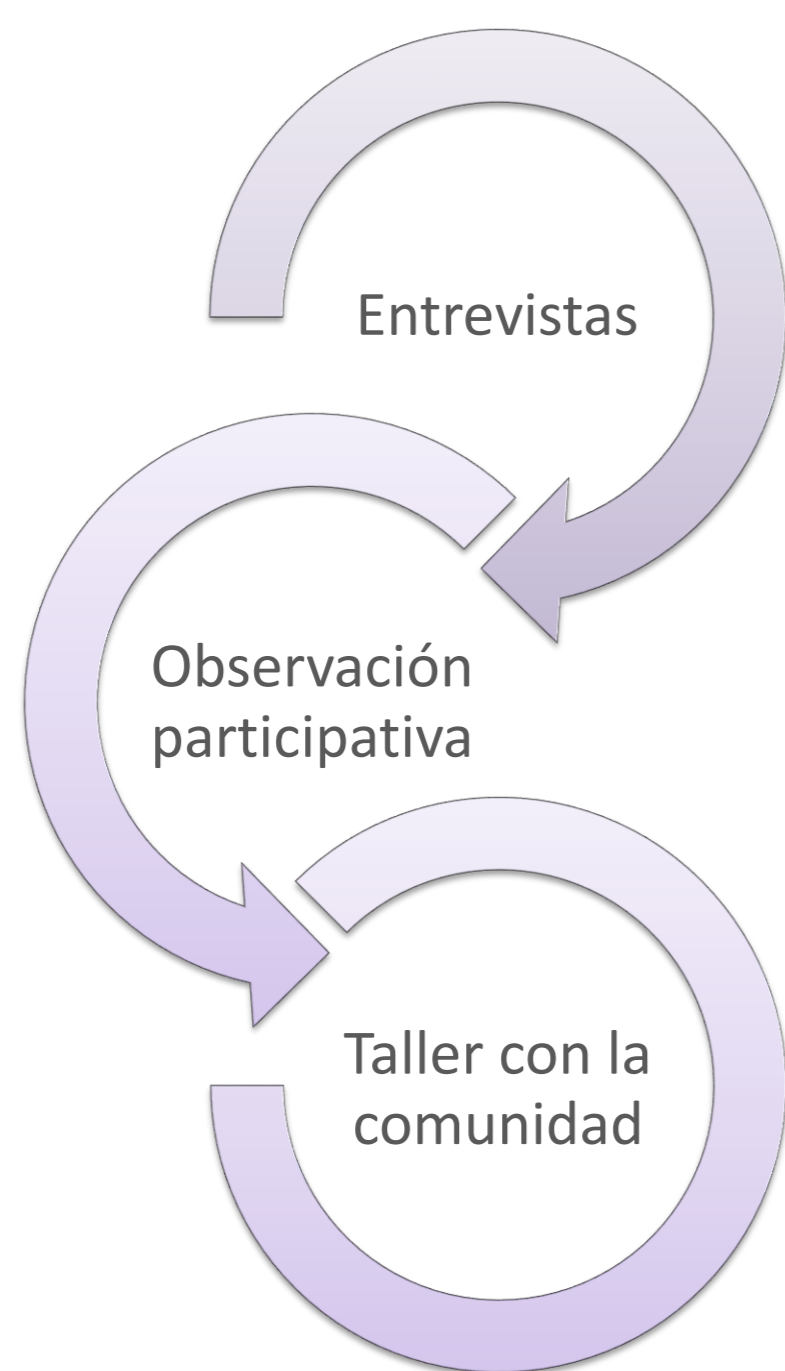


Figura 2: Diagrama metodológico del trabajo de campo



Figura 3: Evidencia del trabajo de campo

RESULTADOS

- Los resultados de la investigación se centran en el análisis del Mix de Marketing.
- El análisis financiero determinó valores estimados de VAN, TIR, \$2.846,95 y 17.91% respectivamente.
- La comunidad obtendría beneficios a partir del 4to año.

Producto	1. Crear un paquete turístico diferenciador	1.1 Analizar el mercado: Intereses de la demanda, tendencias de la oferta y de la competencia. 1.2 Visitar la comunidad Wayuri. 1.3 Realizar un taller con los miembros de la comunidad. 1.4 Añadir productos o servicios complementarios para diferenciarse de la competencia.
Promoción	2. Establecer medios de publicidad	2.1 Diseñar un slogan y un logotipo como carta de presentación. 2.2 Crear una página web interactiva con chatbots y un microsite. 2.3 Publicar contenido en redes sociales de forma contaste como Instagram y Facebook: Promover experiencias Slow Travel. 2.4 Realizar un festival para presentar a nacionales y extranjeros su identidad cultural: Desfile. 2.5. Distribuir folletos publicitarios en lugares concurridos como los terminales.
Plaza	3. Crear alianzas estratégicas con agencias y operadoras de viajes	3.1 Definir un tabla de precios y comisiones. 3.2 Realizar un Fam Trip para empresas turísticas, dando a conocer el producto Wayuri. 3.3 Comercializar sus productos a través de páginas como Booking o Tripadvisor. 3.4 Unir esfuerzos entre comunidades para crear un clúster turístico que fortalezca el turismo comunitario. 3.5. Crear un punto de venta donde se ofrezcan los productos de las comunidades.
Precio	4. Fijar precios de la líneas de productos	4.1 Determinar características y beneficios adicionales de la línea de producto que ofrece Wayuri. 4.2 Identificar los costos de producción de las actividades turísticas. 4.3 Estudiar la oferta de los competidores. 4.4 Determinar el punto de equilibrio.

Tabla1: Estrategias y tácticas del Mix de Marketing

CONCLUSIONES

- El Plan de Marketing resulta aplicable en la comunidad Wayuri, dado que las estrategias y tácticas responden a los problemas identificados en el trabajo de campo.
- El proyecto tiene un alto impacto en el ámbito social, debido a que permite garantizar un ingreso fijo a las 6 familias de la comunidad.
- El Valor Actual Neto es positivo y la Tasa Interna de Retorno es de 17,91%, por lo que se concluye que el proyecto es económicamente viable.
- La puesta en marcha de este plan incentivará a los turistas a conocer la gastronomía, artesanías, costumbres y tradiciones de la comunidad, a su vez reforzará la identidad de sus miembros.