



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de artículo académico previo a la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios

TEMA: “El turismo comunitario desde una perspectiva del modelo Anholt”

AUTOR: Héctor Orlando Guananga Zumbana

TUTORA: Ing. Nora Isabel Santiago Chávez, Mg.

AMBATO – ECUADOR

Enero 2021



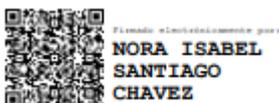
APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Nora Isabel Santiago Chávez, Mg.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**El turismo comunitario desde una perspectiva del modelo Anholt**” presentado por el señor **Héctor Orlando Guananga Zumbana** para optar por el título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho artículo académico ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 20 de enero del 2021



Ing. Nora Isabel Santiago Chávez, Mg.

C.I. 0601351745

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Héctor Orlando Guananga Zumbana**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Héctor Orlando Guananga Zumbana

C.I.1803650850

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Ing. Jorge Enrique Jordán Vaca, Mg.

C.I. 1803079761

Dra. Alicia Giovanna Ortíz Morales, Mg.

C.I. 1802340248

Ambato, 20 de enero del 2021

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi artículo académico con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este artículo académico dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



Héctor Orlando Guannanga Zumbana

C.I.1803650850

RESUMEN EJECUTIVO

El Centro de Turismo Comunitario Pondoá de la ciudad de Baños, nace del emprendimiento de 42 familias, motivadas en el año 2014, como consecuencia de la erupción del volcán Tungurahua, quienes unidos como comunidad, lograron darle forma a las ofertas turísticas que ofrecen tales como: paseos a caballo, estadías, camping, guías, gastronomía, descenso en bicicleta, entre otros a precios asequibles para los turistas que se acercan a la zona.

Uno de las principales motivaciones de esta investigación es saber que tan especializados y organizados se encuentran las comunidades que practican o viven del turismo comunitario y los aportes que los diferentes modelos de marketing y gerencia le pueden brindar a estas poblaciones para desarrollar mejor su trabajo.

Los resultados arrojados por la investigación coinciden en que el centro de turismo objeto de estudio debe fortalecer la comunicación por las redes, la conectividad, darse a conocer, ser más explícitos en los servicios que ofrece, mejorar el traslado, las opciones de servicios públicos. Lo que implica que no es suficiente la publicidad de la página web oficial del centro, ni las publicaciones ofertadas en la plataforma virtual tripadvisor.

Por lo tanto la propuesta resultante de la investigación es que se requiere una reestructuración total de la página web del centro comunitario, donde se muestren las bondades de todos los recursos y servicios disponibles que ofrece el centro. Además de un plan publicitario en marketing digital.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, CIUDAD, COMUNITARIO, MARCA, MODELO ANHOLT, TURISMO.

ABSTRACT

The Pondo Community Tourism Center From Baños city, was born from the undertaking of 42 families, motivated in 2014, as a result of the eruption of the Tungurahua volcano, who united as a community, managed to shape the tourist offers they offer such as: horseback riding, stays, camping, guides, gastronomy, cycling, among others at affordable prices for tourists who come to the area.

One of the main motivations of this research is to know how specialized and organized the communities that practice or live from community tourism are and the contributions that the different marketing and management models can provide to these populations to better develop their work.

The results of the research coincide in that the tourism center under study must strengthen communication through networks, connectivity, make itself known, be more explicit in the services it offers, improve transportation, and public service options. This implies that the publicity of the official website of the center is not enough, nor the publications offered in the virtual platform tripadvisor.

Therefore, the proposal resulting from the research is that a total restructuring of the website of the community center is required, where the benefits of all the resources and services available that the center offers are shown. In addition to an advertising plan in digital marketing.

KEYWORDS: ACADEMIC ARTICLE, CITY, COMMUNITY, BRAND, ANHOLT MODEL; TOURISM.

LINK DE LA PUBLICACIÓN DEL ARTÍCULO ACADÉMICO

URL: <https://www.dominodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/1308>