



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, HUMANAS Y
TECNOLOGÍAS**

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Plan de marketing aplicado a la promoción del lugar
General Antonio Elizalde.

Trabajo de titulación para aportar al título de Licenciada en diseño gráfico

AUTORA:

Erika Deyanira Vallejo Bonilla

TUTOR:

Mgs. Elvis Augusto Ruiz Naranjo

Riobamba, Ecuador. 2023

DECLARATORIA DE AUTOR

Yo Erika Deyanira Vallejo Bonilla con cédula de ciudadanía 0928175132, autora del trabajo de investigación “PLAN DE MARKETING APLICADO A LA PROMOCIÓN DEL LUGAR GENERAL ANTONIO ELIZALDE”, certifico que la producción de ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mi exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) la obra referida, será de mí entera responsabilidad; librando a la universidad nacional de Chimborazo de posibles obligaciones

En Riobamba, 10 de abril de 2023



Deyanira Erika Vallejo Bonilla

C.I: 0928175132

DICTAME FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Elvis Augusto Ruiz Naranjo, catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias de la Educación Humanas y Tecnologías; por medio del presente documento certificó haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: “PLAN DE MARKETING APLICADO A LA PROMOCIÓN DEL LUGAR GENERAL ANTONIO ELIZALDE”, bajo la autoría de Erika Deyanira Vallejo Bonilla; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba a los 10 días del mes de abril de 2023.

**ELVIS
AUGUSTO
RUIZ
NARANJO** Firmado
digitalmente por
ELVIS AUGUSTO
RUIZ NARANJO
Fecha: 2023.04.11
10:53:26 -05'00'

Mgs. Elvis Augusto Ruiz Naranjo

C.I: 0604111526

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación “PLAN DE MARKETING APLICADO A LA PROMOCIÓN DEL LUGAR GENERAL ANTONIO ELIZALDE”, presentado por Erika Deyanira Vallejo Bonilla, con cédula de identidad número 0928175132, bajo la tutoría de Mgs. Elvis Augusto Ruiz Naranjo; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos en Riobamba, martes 9 de mayo del 2023.

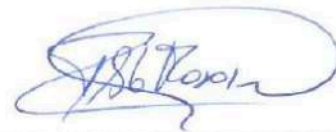
Mgs. Santiago Barriga Fray

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Mgs. Pablo Rosas Chávez

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Mgs. David Isin Vilema

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



CERTIFICADO ANTIPLAGIO



Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO

en movimiento



SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD
UNACH-RGF-01-04-08.15
VERSIÓN 01: 06-09-2021

CERTIFICACIÓN

Que, **ERIKA DEYANIRA VALLEJO BONILLA** con CC: **0928175132**, estudiante de la Carrera **DISEÑO GRÁFICO**, Facultad de **CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, HUMANAS Y TECNOLOGÍAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado **"PLAN DE MARKETING APLICADO A LA PROMOCIÓN DEL LUGAR GENERAL ANTONIO ELIZALDE"**, cumple con el 4%, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **ORIGINAL**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 10 de Abril de 2023

ELVIS
AUGUSTO
RUIZ
NARANJO

Firmado
digitalmente por
ELVIS AUGUSTO
RUIZ NARANJO
Fecha: 2023.04.27
11:28:51 -05'00'

Mgs. Elvis Augusto Ruiz Naranjo
TUTOR(A)

DEDICATORIA

A mis padres Enrique y Gina, quienes me han dado la existencia y en ella la capacidad de superarme, apoyándome incondicionalmente en cada paso que doy. Gracias por no haberme dejado rendir en medio del camino, por siempre hacerme entender que si puedo y que soy capaz de cada cosa que me propongo, se los dedico porque gracias a ustedes soy la que soy ahora.

A mis hermanos, Samuel, Jonás, Washington y Grace y mi abuela Elvira quienes han estado en esta etapa de mi vida alentándome cada día. A mis dos grandes amigas Nicole y Ruth a las que siempre estaré agradecida con la vida por ponérmelas en mi camino, me dieron el significado de lo que es una buena amistad, apoyándonos en cada dificultad y riéndonos para evitar llorar, gracias por ese amor que solo ustedes me lo pudieron dar.

También a Joel porque estuvo para mí desde el inicio hasta el final, no dejándome vencer de mis miedos y alentándome cada día; gracias por ese amor incondicional y el apoyo que estuvo cada día para mí. A Iris porque fue una de mis amigas que me apoyo y siempre estuvo ahí dándome fuerzas.

Se los dedico a ustedes, gracias por ese amor absoluto y por estar siempre para mí.

Erika Vallejo B.

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud con Dios que a lo largo de mi vida me ha protegido y me ha llevado por el camino del bien. Mi aprecio y mi cariño a cada uno de mis profesores quienes me han instruido y me han permitido aprender de cada uno de ellos. Agradezco cada sabiduría que me han otorgado sus clases, lo cual me han dado conocimiento y un desarrollo personal.

A mi honorable tutor, Magister Elvis Ruiz, quien me ha otorgado su tiempo y dedicación en este tiempo, mi gratitud y respeto por la perseverancia y compromiso que se tuvo ha sido un arduo trabajo en esta investigación, pero se demostró una buena propuesta, en la cual agradezco su seguridad puesta en mí desde el principio de esta investigación y durante los años académicos que me brindó.

Erika Vallejo B.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	1
DECLARATORIA DE AUTOR	2
DICTAME FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR.....	3
CERTIFICADO MIEMRAS DELTRIBUNAL DE GRADO	4
CERTIFICADO ANTIPLAGIO	5
ÍNDICE GENERAL	8
ÍNDICE DE TABLAS	10
INDICE DE GRÁFICOS	11
ÍNDICE DE FIGURAS	12
RESUMEN Y PALABRAS CLAVE.....	13
ABSTRACT	14
CAPÍTULO I.....	15
1.1. INTRODUCCIÓN	15
1.2. ANTECEDENTES.....	15
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.4. JUSTIFICACIÓN	17
1.5. OBJETIVOS.....	17

CAPÍTULO II.....	18
2.1. ESTADO DEL ARTE.....	18
2.2. MARCO TEÓRICO.....	18
CAPÍTULO III.....	25
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	25
3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	25
3.3. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	25
3.4. POBLACIÓN DE ESTUDIO Y TAMAÑO DE MUESTRA.....	26
3.5. MÉTODOS DE ANÁLISIS.....	26
3.6. PROCESAMIENTO DE DATOS.....	27
CAPÍTULO IV.....	28
4.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	28
4.2. DISCUSIÓN.....	37
CAPÍTULO V.....	38
5.1. CONCLUSIONES.....	38
5.2. RECOMENDACIONES.....	38
CAPÍTULO VI.....	39
PROPUESTA.....	39

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Vías de acceso al cantón General Antonio Elizalde	24
Tabla 2. Tamaño de muestra	26
Tabla 3. Nombre del cantón Bucay	28
Tabla 4. Atractivo Turístico del cantón	29
Tabla 5. Medio digital que promueve el turismo	30
Tabla 6. Publicidad digital	31
Tabla 7. Aspectos para promocionar el cantón	32
Tabla 8. Formas de publicidad del cantón	33
Tabla 9. Se debe trabajar con un plan de marketing	34
Tabla 10. El plan de marketing promocional contribuirá económicamente para el cantón	35
Tabla 11. Red social que se debe potenciar para la publicidad del cantón	36

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Nombre del cantón Bucay	28
Gráfico 2. Atractivos Turísticos del cantón	29
Gráfico 3. Medio digital que promueve el turismo	30
Gráfico 4. Publicidad digital	31
Gráfico 5. Aspectos para promocionar el cantón	32
Gráfico 6. Formas de publicidad del cantón	33
Gráfico 7. Se debe trabajar con un plan de marketing	34
Gráfico 8. El plan de marketing promocional contribuirá económicamente para el cantón	35
Gráfico 9. Red social que se debe potenciar para la publicidad del cantón	36

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo del proceso de marketing	22
Figura 2. Mapa del Cantón General Antonio Elizalde	23
Figura 3. Modelo del proceso de marketing	39
Figura 4. Proceso para la elaboración del Plan de Marketing	39
Figura 5. Propuesta de Plan de Marketing para el cantón General Antonio Elizalde ...	41
Figura 6. Objetivos de contenido para el Plan de Marketing del cantón General Antonio Elizalde	42
Figura 7. Línea gráfica para los posts del cantón General Antonio Elizalde	43
Figura 8. Manual de Marca para la identidad del Cantón	67
Figura 9. Presentación de la Marca del Cantón	68
Figura 10. Tipografía utilizada para la Marca del Cantón	69
Figura 11. Usos permitidos de Marca del Cantón	70
Figura 12. Implementación de Marca del Cantón	71

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

El marketing es una rama de la ciencia y del arte de investigar, estableciendo y dando valor al complacer las necesidades de un mercado o servicio en específico. Con el marketing identificamos los deseos y objetivos insatisfechos en el público objetivo, definiendo estrategias, determinando y calculando el tamaño y el beneficio potencial del servicio o producto. El marketing se puede derivar al, marketing digital cuyo objetivo es el de promocionar – introducir un producto o servicio en los medios digitales; conectando así con el campo del Diseño Gráfico. El diseño es una herramienta que nos ayuda a comunicar un mensaje por medio de piezas visuales y efectivas a un *target*, evitando la doble interpretación y la ambigüedad. En el campo del diseño gráfico el marketing tiene un papel importante, si hablamos de branding es al momento esencial en el cual de la marca necesita de estrategias de marketing para publicitarse y promocionarse en distintas áreas.

Bajo esta base se puede conectar el diseño gráfico y al marketing digital dentro de esta investigación, proponiendo un plan de marketing para la promoción del Cantón General Antonio Elizalde "Bucay", ubicado en la provincia del Guayas; en los ámbitos turísticos y gastronómicos que fueron los resultados obtenidos en los instrumentos elaborados como las encuestas. Esta investigación tiene un enfoque mixto, cuantitativo y cualitativo; analizando con métodos descriptivos, inductivo – deductivo. Realizando instrumentos de recolección de datos como encuestas y entrevistas. Los resultados obtenidos permitieron tener un amplio conocimiento sobre las necesidades del cantón para su promoción tanto turística lo cual nos llevó a tener un enfoque más claro sobre los medios digitales a utilizar, que fueron: Instagram, Facebook y TikTok; por lo cual se realizó un plan de marketing enfocado en los pilares de contenido como: educativo, informativo y entretenimiento; la creación de un calendario editorial y presupuesto, incluyendo una línea gráfica en la cual se basara las publicaciones en distintas plataformas.

Palabras claves: marketing – publicidad – estrategia – diseño gráfico – turismo – General Antonio Elizalde.

ABSTRACT

Marketing is a field that connects with science and the art of investigation, putting and giving value to the necessities of a target. Marketing helps us to identify desires and objectives that are not satisfied on a specific target, determine, and make strategies, or calculate the benefit of a product or service. One of the various marketing lines is Digital Marketing, whose primal objective is to promote or introduce a product or service on digital media and connect that way with our field, Graphic Design. Graphic Design is a tool that helps us communicate information through visual messages that are effective to an established target. On Graphic Design, marketing has an essential part of the equation if we talk about The Brand or branding; we need it to have a strategy plan to promote itself in different areas.

Under this argument, we can connect this investigation to the Graphic Design field with Digital Marketing, proposing a marketing plan to promote tourism and gastronomy content of "Cantón General Antonio Elizalde" best known as "Bucay", located in Guayas Province. This investigation has a mixed approach: Qualitative - quantitative using and analyzing description methods and deductive – inductive. There have been made instruments that help us get data information, such as surveys and interviews. The results showed us and gave us a better perception of the necessity of promotions that "Cantón General Antonio Elizalde" has, which led us to know what social media apps we should use. Those were: Instagram, Facebook, and TikTok. With it, we developed a marketing plan focusing on content directions as informative, educational, and entertainment, including an editorial calendar and a budget, and a graphic line to follow on the distinct media platforms.

Keywords: Marketing, publicity, strategy, Graphic Design, Bucay, Tourism



SOFIA FERNANDA
FREIRE CARRILLO

Reviewed by:

Lic. Sofia Freire Carrillo

ENGLISH PROFESSOR

C.C. 0604257881

CAPÍTULO I.

1.1.Introducción

El objetivo de este proyecto es concienciar a la comunidad sobre los efectos nocivos de la desinformación y la falta de promoción de los recursos culturales. No hay duda de que el atractivo es muy importante para el crecimiento de un lugar y para ayudar a su crecimiento se sugiere promocionarlo como uno de los sitios más visitados. Se tiene previsto diseñar un plan de marketing que contribuya al reconocimiento del cantón Bucay, y así posibilitar la identificación y promoción de este lugar.

El plan de marketing es necesario para la promoción y la popularidad en los principales lugares de cantón, y es útil para crear demanda de visitantes en varias atracciones del cantón. Servirá como una herramienta útil para las organizaciones, promoviendo, implementando y coordinando acciones para lograr objetivos y promover el desarrollo económico, social y turístico en el cantón de Bucay.

Por lo tanto, contribuyendo a la formación de una imagen positiva del cantón, se puede considerar que es posible desarrollar la economía mediante la atracción de todas las personas interesadas del público a saber, aprender y disfrutar de los recursos, la riqueza y productos que el cantón posee.

1.2.Antecedentes

El plan de marketing es un conjunto de estrategias bien estructuradas que se enfocan en elevar los estándares de productividad de una empresa, basados en las propiedades de los productos o servicio que ofertan.

En el plan de marketing se puede plasmar acciones que consisten en resaltar las características del producto o servicio que oferta la empresa tomando en cuenta las demandas de los consumidores, de esta manera se proyecta en ser competitivos dentro de un mercado de manera eficaz, alcanzando las metas propuestas.

La promoción de la cultura, tradiciones y lugares turísticos del cantón Gral. Antonio Elizalde ha sido escasa, puesto que no existe un adecuado trabajo por las organizaciones encargadas de desarrollar esta problemática, tales como el GAD Municipal General Antonio

Elizalde, sin embargo, lo poco que se sabe del cantón se debe al conocimiento empírico de los pobladores y turistas aledaños al lugar.

1.3.Planteamiento del Problema

A nivel mundial las distintas empresas utilizan un plan de marketing para dar a conocer la actividad, servicio o producto que están desarrollando; para elaborar un plan de marketing se debe realizar un estudio del mercado, tomando en cuenta las características y en el entorno al cual va dirigido. El plan de marketing plantea objetivos direccionados a la situación de la sociedad y de la empresa, los mismos que se encuentran relacionados con las estrategias establecidas, para aumentar el nivel económico de la empresa. De esta manera se puede definir que un plan de marketing es un conjunto coherente de herramientas que van direccionadas a promocionar un producto o servicio de manera anticipada (Ayala, 2015).

El plan de marketing digital permite tomar como base ejemplos de casos comunes, los cuales contribuyan a una organización de los recursos de la empresa; es considerado también una herramienta que coadyuva con las estrategias plantadas por un equipo, transformando lo offline a lo digital (Talledo,2018).

En la provincia del Guayas se encuentra ubicado el cantón Gral. Antonio Elizalde más conocido como Bucay, es un lugar privilegiado pues es un punto donde se unen cuatro provincias Guayas, Chimborazo, Cañar y Bolívar; este cantón limita al norte con Babahoyo, al sur con Cumandá, al este con Chillanes y al oeste con Naranjito. El cantón se encuentra rodeado por una exuberante flora y fauna, acompañado de lugares naturales maravillosos como ríos, cascadas y senderos que llaman la atención de los turistas y moradores. Su clima oscila entre 18° y 20°, lo que contribuye a que exista una excelente productividad agrícola, avícola y ganadera, manteniendo así la economía de la población urbana y rural.

A pesar de que el cantón cuenta con una gran variedad de flora y fauna, de espacios turísticos y la calidez de su gente; posee varias limitaciones al momento de promocionar sus atractivos a nivel nacional e internacional. Se pueden exponer varias limitaciones, pero las que se puede resaltar es la falta de empoderamiento de las autoridades para poder establecer estrategias que contribuyan a promocionar la actividad turística y cultural del cantón, el poco trabajo en conjunto de las empresas turísticas y hoteleras en elaborar un plan de estratégico de marketing, también un limitante de la actividad turística es la falta de mantenimiento vial y de seguridad.

De esta manera el presente proyecto se enfoca en una serie de estrategias integradas en la línea de marketing, las mismas que tiene como objetivo promocionar los atractivos turísticos y culturales del cantón, con técnicas comunicacionales innovadoras, promoviendo un desarrollo económico del sector.

1.4. Justificación

Un plan de marketing es el proceso para dictaminar las actividades que se tienen que desarrollar en un futuro, principalmente en el proceso de planificación, el que se basa en tener en cuenta las distintas alternativas que contribuyan a mejorar los estándares de productividad de una empresa (Newton, 2016). De esta manera la planificación de mercadotecnia contribuirá favorablemente llegar al público con el mensaje correcto para consumo del producto o servicio que se oferta.

Conociendo de la belleza natural y cultural de cantón Gral. Antonio Elizalde (Bucay), y la necesidad de promocionar lo que posee dicho lugar, se ha visto la necesidad de elaborar un plan de marketing en el que se aplicarán estrategias de acción que contribuyan alcanzar el objetivo planteado.

Con el plan de marketing se pretende primero concienciar en los moradores del cantón el valorar y conservar su cultura, tradición, flora y fauna, también permitirá trabajar de forma conjunta entre los propietarios de los lugares turísticos aportando con estrategias efectivas para promover el turismo, y propiciará que las autoridades encargadas fortalezcan su planificación en la promoción de los atractivos del cantón, todo lo mencionado tiene como meta el desarrollo económico y turístico del lugar. También se encuentra enfocado en aumentar la demanda de visitantes en varias atracciones del cantón, proyectando una imagen positiva y productiva de Bucay.

1.5. Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Elaborar un plan de marketing, utilizando las herramientas tecnológicas que contribuyan a plasmar las costumbres, tradiciones y espacios turísticos del cantón Gral. Antonio Elizalde, para promover su desarrollo turístico y económico.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Diagnosticar el nivel de promoción turística que posee el cantón Gral. Antonio Elizalde, aplicando instrumentos de recolección de datos.

- Analizar los datos obtenidos con la aplicación de los instrumentos, fomentando estrategias que contribuyan a la promoción un plan de marketing del cantón.
- Establecer estrategias que promuevan la elaboración de un plan de marketing, resaltando la belleza cultural y natural del cantón.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1.Estado del arte.

Uno de los inconvenientes que presentan los lugares con distintos atractivos es la falta de promoción por parte de las organizaciones de turismo o gubernamentales de esta manera es siempre necesario establecer estrategias de marketing digital que tengan como objetivo fomentar la promoción del producto turístico y cultural de un determinado lugar, zona o sector (Zumaeta & Barbarán, 2019).

En la actualidad se cuenta con una gran variedad de herramientas tecnológicas, que van a contribuir notablemente en el desarrollo de un plan de marketing innovador, creativo y dinámico, permitiendo promocionar el proyecto, empresa o negocio, alcanzando de esta manera la meta propuesta u objetivo establecido en dicho plan (Torres & Alava, 2021).

Para Giardelli (2021) se debe destacar que la industria turística de un lugar se ha vuelto mucho más competitiva presentando distintas ofertas y mejorando sus servicios, los cuales se proyectan a ser promocionados en distintas plataformas, permitiendo interactuar con el consumidor y produciendo contenido llamado prosumidor, logrando alcanzar la visión que posee cada lugar y alcanzar los estándares proyectados en el plan de marketing.

Un plan de marketing digital es considerado una herramienta en la cual se integran la publicidad, comunicación y las relaciones públicas. Abarca técnicas y estrategias en donde interactúa la empresa con el consumidor, logrando obtener resultados que permitan optimizar el servicio, aplicando la creatividad, rentabilidad y la inversión, alcanzando el objetivo planteado (Martínez, 2014).

2.2.Marco teórico

2.2.1. Marketing

Marketing es un término utilizado comúnmente por las empresas, microempresas o emprendimientos, para la promoción de un producto, lugar o servicio, utilizando distintas estrategias y medios. Las personas suelen entender al marketing como una forma de solo

vender y anunciar alguna cosa. En la actualidad, la definición de marketing ha evolucionado, entendiéndose que es la manera de cómo llegar y cubrir las necesidades de la sociedad mediante promoción de un servicio. De esta manera Kotler & Armstrong (2003):

Se especializa en los flujos, las operaciones, las negociaciones tanto productivas como comerciales, del comportamiento humano y de las organizaciones en la sociedad de

forma global, y además se apoya en el trabajo de otras disciplinas tanto de ciencias exactas como sociales. (p. 12)

A inicios del siglo XX, dentro del medio comercial se inserta el término marketing, definiéndolo como una forma activa de promocionar el producto o servicio que brindaban, de esta forma se impulsa a ampliar la línea promocional y comercial. De esta forma uno de los autores menciona que el marketing es un proceso social, en donde se interrelacionan a los individuos con las distintas organizaciones y empresas, creando rentabilidad a las empresas de elaboración (Cabrera, 2008).

Con lo antes mencionado se puede decir que el marketing son las distintas propuestas que tienen las empresas, para llegar a los consumidores con lo que están ofertando, este proceso en los últimos tiempos se ha ido innovado en base a la tecnología que maneja la sociedad; obligando a las empresas a ser competitivas dentro de un mercado.

2.2.1.1. Características del Marketing

Para poder desarrollar un adecuado proceso de marketing es necesario conocer e identificar cada uno de los pasos y términos que van a intervenir en su desarrollo, Como lo menciona Noblecilla & Granados (2018):

La evolución tecnológica del nuevo siglo XXI hace que exista una mayor dinámica en los mercados, marcando a su paso la búsqueda de nuevas estrategias que desaten un mayor desafío a las empresas competidoras, y viceversa. Es por ello, que cada día la gran cantidad de información que se maneja hace que se vaya creando nuevo vocabulario, específicamente en Marketing. (p. 25)

Entre los términos más utilizados dentro de un plan o proceso de marketing son:

- **Benchmarking:** Es una metodología que busca integrar los procesos para un fin, utilizando sistemas o prácticas, que conllevan a la aplicación de estrategias innovadoras, aplicadas dentro de un mercado competitivo.
- **Branding:** Es la forma de adquirir credibilidad y sentar la imagen de la empresa dentro de un mercado determinado.
- **Cliente:** Se define como la persona o grupo de personas que adquieren un producto o servicio de una empresa o mercado.
- **Comerciante:** Es la persona quien plantea estrategias para venta del producto o servicio que oferta dentro del mercado.
- **Comportamiento del consumidor:** La forma en que un individuo piensa acerca de los productos o servicios actualmente en el mercado, así como las necesidades o deseos no satisfechos.
- **Consumidor:** Individuo que compra una mercancía para su consumo.
- **Diferenciación:** La altitud o grado de nueva funcionalidad que una empresa desarrolla en su producto en comparación con sus competidores.
- **Diversificación:** Esta es una estrategia que toma una empresa para ingresar a un nuevo mercado que es completamente diferente a la estrategia con la que lleva a cabo sus actividades comerciales.
- **Estrategia:** Son recomendaciones o acciones desarrolladas como medio para alcanzar los objetivos planteados por la empresa. Terminó militar adquirido por los mercados actuales.
- **Habito de Compras:** La práctica adoptada por los consumidores como comportamiento de compra con respecto a la ubicación, establecimiento, marca, precio, frecuencia de compra, criterios de selección, etc.
- **Mercado:** Un espacio físico donde un grupo de personas intercambian productos. Donde hay oferta y demanda de bienes y servicios.
- **Mercadeo:** Agrupación de actividades o estrategias encaminadas al normal desarrollo de comercio de bienes y servicios en un determinado mercado.
- **Producto:** Algún elemento tangible o Inmaterial ofrecido en el mercado.
- **Precio:** Costo monetario o clase, de un bien o servicio.
- **Plaza:** Esta es la localización estratégica dónde se distribuirá el producto en un mercado especial.

- **Promoción:** Son actividades o acciones de marketing estratégico, cuyo objetivo es Actividad o acciones estratégicas de mercadeo para atraer a los clientes o consumidores.
- **Publicidad:** Las actividades o acciones de marketing estratégico para comunicar o publicitar las ventajas y características de bienes o servicios, pagadas por los anunciantes.
- **Segmentación:** La clasificación o división del mercado total en un mercado más específico. El mismo permitirá el conocimiento de potenciales consumidores o clientes para comercializar los productos de una determinada empresa.

Los términos mencionados en su mayoría contribuyen a la elaboración de un adecuado plan de marketing, en el que se proyecta la visión y misión de la empresa con respecto al mercado en donde se desarrolla.

2.2.1.2. Importancia de Marketing

El Marketing es una herramienta que surge de las necesidades y deseos de los consumidores, los cuales se obtienen después de un estudio minucioso del mercado en donde se va a ofertar el producto; tomando en cuenta el nivel socio económico y demográfico en donde se sitúe los productos a comercializar. La importancia de un plan de marketing se centra en aumentar las ventas a corto y largo plazo y establecer una relación con los clientes. Para Noblecilla & Granados (2018), “El Marketing está presente en muchísimas actividades cotidianas. Hoy en día, muchas empresas y pequeños negocios pueden diseñar estrategias de Marketing que permitan hacer conocer su producto, o innovarlo para satisfacer necesidades o crear deseos en las personas” (p. 24). Dicho esto se puede indicar que la importancia del marketing se centra en que las empresas inviertan estrategias en mejorar sus niveles de ventas y competitividad. Como lo indica con un ejemplo Noblecilla & Granados (2018):

Imagínese si Coca-Cola no hiciera publicidad o Pepsi, probablemente solo lo conocieran a nivel local donde se produce. Así mismo, que pasaría si no se realizaran análisis de mercado, en este caso no se desarrollarían productos basados a las necesidades o deseos de las personas. Desde estos puntos de vista, se ve la importancia tan relevante del Marketing en las empresas, este permite mejorar, desde cualquier ámbito, las utilidades, así como su valor como imagen y marca en un mercado. (p. 25)

Aquí los autores resaltan que el plan de marketing es de vital importancia dentro de una empresa debido que es la parte principal para promover un producto, y de ello depende que el producto sea conocido a nivel local o internacional.

2.2.1.3. Proceso de Marketing

Como toda planificación el marketing es un proceso en el que se encuentra reflejado cada estrategia que la empresa va a aplicar dentro del mercado; estas estrategias deben ser realizadas en base a las necesidades de los consumidores y a un estudio de mercado realizado con anterioridad. El marketing es considerado un proceso que indaga sobre las necesidades de los consumidores dentro de un mercado, su modelo conlleva cinco pasos que lo manifiesta Cabrera (2008):

En los primeros cuatro, las empresas trabajan para entender a los consumidores, generar valor del cliente y construir fuertes relaciones con los clientes. Al crear valor para los clientes, a su vez captan valor de los clientes que toma la forma de ventas, utilidades y capital de clientes a largo plazo. (p. 6)

Figura 1



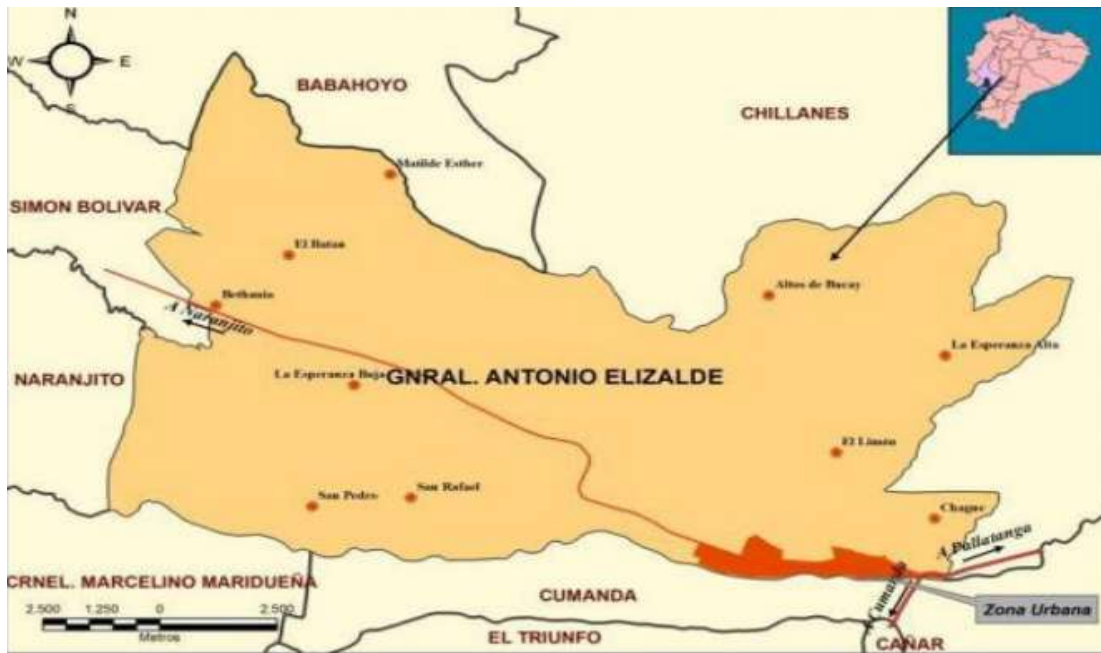
Nota: Muestra de un modelo del proceso de marketing. Fuente: Kotler & Armstrong (2008)

2.2.2. Cantón General Antonio Elizalde.

El cantón General Antonio Elizalde, más conocido como Bucay, se encuentra en un lugar privilegiado, pues su amplia flora y fauna potencia lugares atractivos, su clima oscila entre los 18° y 24° que pertenece a la provincia del Guayas, su creación fue el 9 de noviembre de 1994, su extensión es de aproximadamente de 278 km²; cuenta con una población de 15 000 habitantes, sus actividades económicas se centran en el área agrícola y ganadera (Gobierno Municipal General Antonio Elizalde, 2019).

Es un cantón pequeño que no posee parroquias, pero si tiene un sector urbano y rural, es un lugar que por su ubicación posee una gran variedad cultural y turística, sus pobladores son gente con un gran carisma y sentido de solidaridad.

Figura 2



Nota: La figura muestra el Mapa del Cantón General Antonio Elizalde. Fuente: Proyecto de Evaluación de Vulnerabilidad y Reducción de Riesgo de Desastres a Nivel Municipal en el Ecuador (2013).

Este cantón era uno de los lugares turísticos de la provincia del Guayas debido a uno de los atractivos que poseía el país y era la estación del tren, con su línea férrea, permitiendo la visita de varios turistas, y con ello promoviendo los espacios turísticos del sector, su cultura, gastronomía y costumbres; una de las entidades encargadas de promocionar el sector es el GAD Municipal y las distintas organizaciones encargadas del turismo.

2.2.2.1. Límites y vías de acceso.

El cantón General Antonio Elizalde (Bucay) se encuentra ubicado al norte con los cantones Babahoyo y Los Ríos, al sur la provincia de Chimborazo, al este con la provincia de Bolívar y al oeste con el cantón Naranjito, en la provincia del Guayas.

Existen varias vías de acceso: una de ellas es la avenida Paquisha que direcciona a la vía Naranjito – Milagro, la otra vía es la avenida Paquisha que se une con la Panamericana que lleva a la región Interandina.

Tabla 1

Ubicación	Vías	Ciudades/Cantones
Al Oriente	E (Panamericana Sur)	Pallatanga, Guamote, Colta y Riobamba
Al Occidente	E25 (carretera secundaria) transversal de la costa.	Naranjito y Milagro
Al Sur	Calle Emilio Quiroga	El Triunfo, La Troncal, Durán y Guayaquil

Nota: Tabla de las vías de acceso al cantón General Antonio Elizalde. Fuente: Comisión de tránsito del Ecuador (2015).

2.2.2.2. Área Turística.

El cantón Bucay por su ubicación y clima goza de una serie de lugares turísticos naturales, ubicados en su sector rural, uno de ellos se encuentra en el recinto Mathilde Esther que es el río en donde los turistas asisten para pasar un momento ameno, de la misma manera se encuentran el Balneario de Agua Clara, el bosque húmedo en el recinto La Esperanza, el Río San Antonio, la cascada de Piedra Blanca, el río Limón, el Balneario de Chague, etc. Estos atractivos turísticos en su gran mayoría son administrados por los miembros de los recintos, quienes se encuentran organizados para poder atender a los turistas y ofertar todo lo atractivo que posee el lugar, de esta manera también se organizan para el mantenimiento y seguridad de los atractivos.

Dentro del sector rural también posee atractivos como el malecón que se encuentra a orillas del río, también se encuentra la estación del tren quien ofrece un espacio para distracción de los turistas, a eso se suma el mirador de la Virgen, etc. Todo lo mencionado contribuye a que el cantón genere un movimiento turístico y económico, que ayude a su desarrollo.

Las distintas organizaciones y el área de turismo del GAD Municipal promueven el mercado hotelero y gastronómico del sector, utilizando distintos medios, al que es importante resaltar que existen fechas en donde la afluencia de turistas aumentan, una de ellas son las fiestas patronales de la Virgen del Carmen en la que los devotos acuden con emoción y entusiasmo a cada programación; en el mes de Noviembre se presenta las festividades de Cantonización, de igual forma es una fiesta cívica y folclórica, a esto se suma las festividades de navidad y fin de año en donde se ve reflejado el aumento de turistas.

CAPÍTULO III. METODOLOGIA

3.1. Tipo de Investigación.

De acuerdo con los objetivos del estudio la investigadora asume un enfoque mixto cualitativo - cuantitativo, por lo que la presente investigación es de tipo aplicada el cual recibe como nombre práctica o empírica.

El enfoque cualitativo permitió que se pueda conocer las características de los lugares por medio de las entrevistas y en el enfoque cuantitativo, nos permitió obtener datos precisos de la investigación en el que se utilizó encuestas a los distintos turistas que se encontraban en la zona.

En un primer momento se trabajó el enfoque cuantitativo realizando encuestas a turistas y moradores del lugar, recopilando datos que contribuyeron al desarrollo adecuado de la investigación. Y dentro del enfoque cualitativo se realizó una entrevista a gerentes de lugares turístico y autoridades.

3.2. Diseño de Investigación.

El proceso investigativo corresponde a un diseño de investigación exploratoria-descriptivo, ya que su propósito es identificar las características y regularidades del fenómeno en estudio.

3.3. Técnicas de recolección de datos.

Las técnicas de recolección de datos ayudan a que, al desarrollo del estudio de la problemática, proyectando los resultados y establecer estrategias de solución; utilizando en esta investigación la entrevista y la encuesta.

3.3.1. La encuesta

Esta técnica que es una de las más utilizadas para la recolección de datos, permitiendo obtener los resultados necesarios dentro de esta investigación, y realizar un análisis adecuado de la problemática, para enfocarse en alternativas de solución de esta.

La encuesta se proyecta cuantitativamente, en base a la población establecida, los resultados de esta pueden establecer márgenes de error mínimos, permitiendo entender que la investigación realizada sea confiable y adecuada.

3.3.2. La entrevista.

La entrevista un instrumento flexible, pues permite conocer las características de la problemática, en base a las opiniones de los involucrados, esta técnica se desarrolla con

preguntas abiertas, en las que el entrevistado pueda expresar su opinión de lo que sucede en base al tema.

Mediante la entrevista realizada a los propietarios de los diversos establecimientos turísticos y las distintas autoridades encargadas a la promoción del cantón, se puede visualizar con este instrumento que nos permite establecer un sentido comunicacional entre el investigador y los actores de la problemática, la entrevista es previamente organizada y planificada, para evitar improvisaciones por parte del entrevistador, evitando márgenes de error en el proceso.

3.4. Población de estudio y tamaño de muestra.

Dentro de la población de estudio para el Plan de Marketing de Promoción del Lugar Gral. Antonio Elizalde (Bucay) se encuestó a turistas en los distintos lugares de recreación del cantón tanto en lo urbano y en lo rural. También se entrevistó a propietarios de los distintos lugares turísticos y autoridades cantonales.

Los turistas fueron un 50% nacionales y del lugar y 50% extranjeros, esto para tener un mayor conocimiento de las personas sobre cómo y por qué están en los distintos establecimientos que ofrece el Cantón.

Tabla 2. Tamaño de muestra

Población	Cantidad	%
Turistas	100	100%
Propietarios de lugares Turísticos	7	100%
Autoridades Cantonales	3	100%

Nota: Elaborado por el autor de la investigación.

3.5. Métodos de análisis

Se utilizó diversas estrategias que ayudaron a estudiar y observar la situación del lugar; analizando e interpretando las conclusiones de las personas sobre el lugar en el que se realizó preguntas cerradas logrando hacer encuestas a visitantes del propio cantón, encuestas a los turistas nacionales y encuestas a turistas extranjeros.

Se trabajó con preguntas abiertas para las distintas entrevistas que se realizó a los encargados de los lugares turísticos del cantón y a las autoridades encargadas del turismo y plan de acción; los distintos resultados nos contribuyen a tener una visión más clara de la problemática que se encuentra estudiando. Se utilizaron los siguientes métodos de análisis:

3.5.1. Descriptivo. - El método descriptivo permitió evaluar los efectos de la investigación en todos los actores dentro de este proceso de investigación, contribuyo a un análisis amplio de la problemática.

3.5.2. Inductivo – Deductivo. - Este método permitió razonar tomando en cuenta las características, las generalidades y particularidades que posee el cantón, para proyectarlo en un plan de marketing.

3.6. Procesamiento de datos

En el presente trabajó se utilizó la estadística descriptiva la misma que se representa por medio de tablas y gráficos; para su desarrollo se utilizó la aplicación de Microsoft Excel, que permitió obtener una información precisa de la investigación. Para Rendón, Villasís & Miranda (2016):

El objetivo de las tablas o cuadros es proporcionar información puntual de los resultados. Las gráficas muestran las tendencias y pueden ser histogramas, representaciones en “pastel”, “cajas con bigotes”, gráficos de líneas o de puntos de dispersión. Las imágenes sirven para dar ejemplos de conceptos o reforzar hechos. La selección de un cuadro, gráfico o imagen debe basarse en los objetivos del estudio.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis de resultados

A continuación, se presenta los resultados de las encuestas que se aplicó a los turistas y moradores del cantón Gral. Antonio Elizalde. Resaltando los procesos de los resultados y evidenciando en las tablas y gráficos.

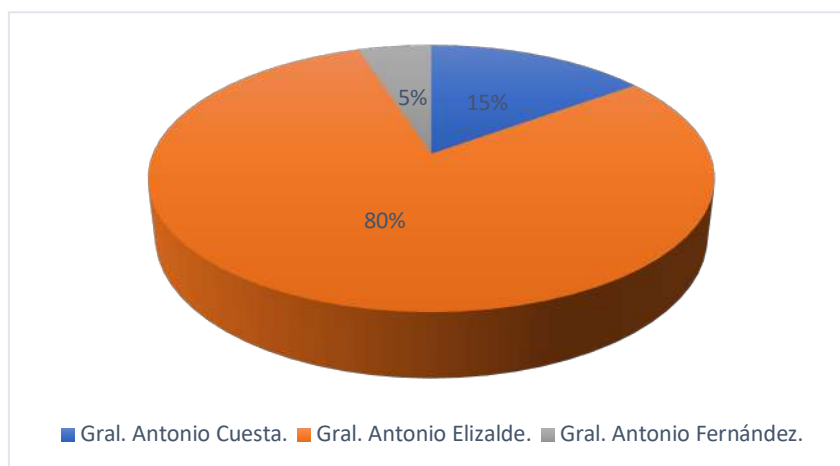
1.- ¿Conoce el nombre correcto del cantón Bucay?

TABLA 3. Nombre del cantón Bucay

Alternativas	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Gral. Antonio Cuesta.	15	15%
Gral. Antonio Elizalde.	80	80%
Gral. Antonio Fernández.	5	5%
TOTAL	100	100 %

Nota: Se detalla la cantidad de turistas que respondieron del nombre correcto del cantón Bucay. Fuente: Encuesta a los turistas.

Gráfico1. Nombre del cantón Bucay



Nota: La figura muestra los resultados de la pregunta 1. Fuente: Encuesta a los turistas.

En el gráfico 1 correspondiente a la tabla 3 se evidencia que entre los encuestados en su gran mayoría conocen el nombre correcto del cantón, es decir General Antonio Elizalde, de la misma manera es reconocido con su calificativo de Bucay, debido a que es el nombre más

común con el que le llaman al cantón. Esta pregunta nos beneficia bastante en el ámbito del reconocimiento sobre el nombre del lugar, ya que podremos seguir siendo identificados con el mismo nombre, y conduciríamos por el lado de dar una nueva identificación al nombre, creando una nueva marca distinguida.

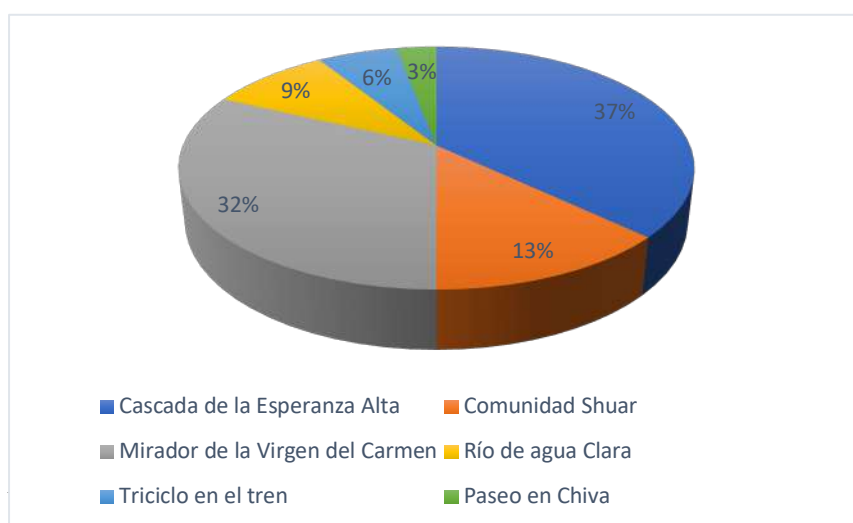
2.- ¿Cuál es el atractivo turístico del cantón?

Tabla 4. Atractivo Turístico del cantón.

Alternativas	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Cascada de la Esperanza Alta	37	37%
Comunidad Shuar	13	13%
Mirador de la Virgen del Carmen	32	32%
Río de agua Clara	9	9%
Triciclo en el tren	6	6%
Paseo en Chiva	3	3%
TOTAL	100	100%

Nota: Se detalla la cantidad de turistas que respondieron cual era el atractivo turístico más visitados. Fuente: Encuesta a los turistas.

Gráfico 2. Atractivos Turísticos del cantón.



Nota: La figura muestra los resultados de la pregunta 2. Fuente: Encuesta a los turistas.

cantón General

Antonio Elizalde son aceptablemente visitados, pero de acuerdo con los resultados los

lugares en que los individuos visitan con más frecuencia son las Cascadas de la Esperanza Alta y el Mirador de la Virgen, estos dos lugares son los que continuamente logran tener más visitas de personas propias y de turistas que llegan al cantón, cabe indicar que, los otros lugares turísticos son visitados, pero sin mucha afluencia. Con este resultado no podemos fijar hacia a que lugares podremos iniciar con nuestro plan de promoción, sin dejar de lado los otros lugares ya que cada lugar forma parte del cantón por lo que se debe dar una divulgación correcta de cada uno de los lugares.

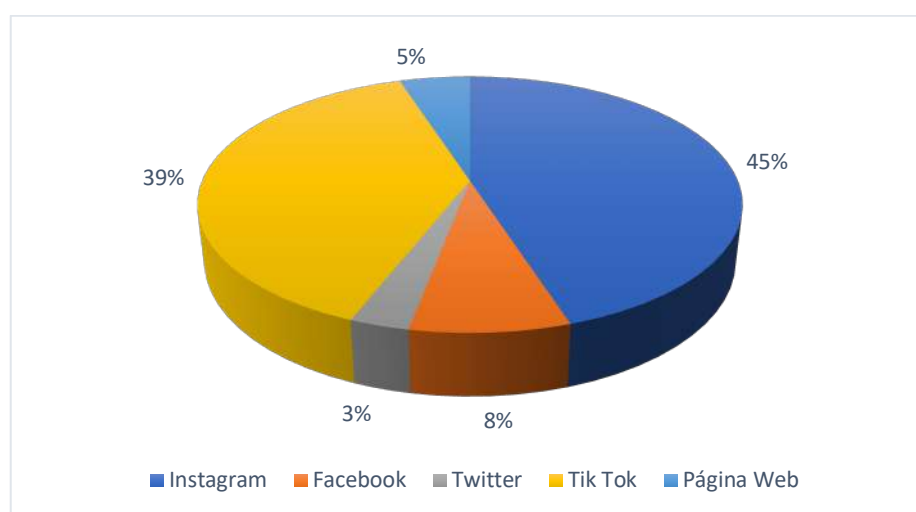
3.- ¿Por qué medio digital conoce los atractivos turísticos del cantón Gral. Antonio Elizalde?

Tabla 5. Medio digital que promueve el turismo.

Alternativas	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Instagram	45	45%
Facebook	8	8%
Twitter	3	3%
TikTok	39	39%
Página Web	5	5%
TOTAL	100	100%

Nota: Se detalla la cantidad de turistas que respondieron que medio digital promueve el turismo del cantón. Fuente: Encuesta a los turistas.

Gráfico 3. Medio digital que promueve el turismo.



Nota: La figura muestra los resultados de la pregunta 3. Fuente: Encuesta a los turistas.

Análisis

En el gráfico 3 correspondiente a la tabla 5, se genera un reconocimiento en las personas sobre que red social llego a conocer los lugares del cantón, en los resultados se evidencia que la plataforma digital en donde se promueve el cantón Gral. Antonio Elizalde es Instagram, seguido por TikTok, con esto podemos identificar que redes se debería seguir influyendo, sin dejar de lado las otras redes sociales ya que cada una contribuyen en el promover la cultura e identidad del lugar.

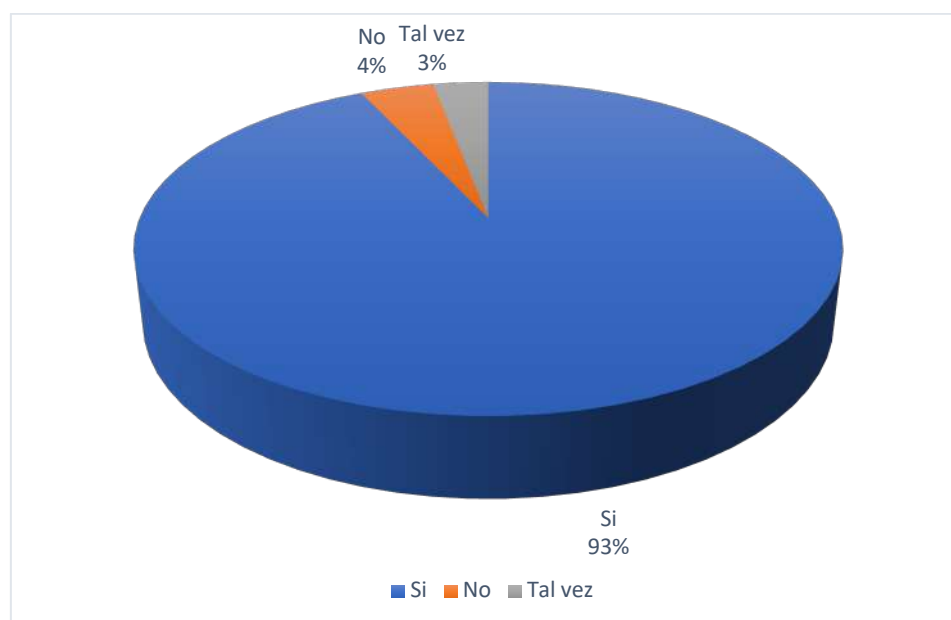
4.- ¿Considera usted que el cantón debe aumentar su publicidad digital?

Tabla 6. Publicidad digital

Alternativas	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Si	93	93%
No	4	4%
Tal vez	3	3%
TOTAL	100	100%

Nota: Se detalla la cantidad de turistas que respondieron sobre la publicidad del cantón.
Fuente: Encuesta a los turistas.

Gráfico 4. Publicidad digital.



Nota: La figura muestra los resultados de la pregunta 4. Fuente: Encuesta a los turistas

Análisis

En el gráfico 4 correspondiente a la tabla 6, de acuerdo con los resultados la mayoría de encuestados consideran que es necesario continuar realizando promoción del cantón en los distintos medios digitales, para promover el turismo.

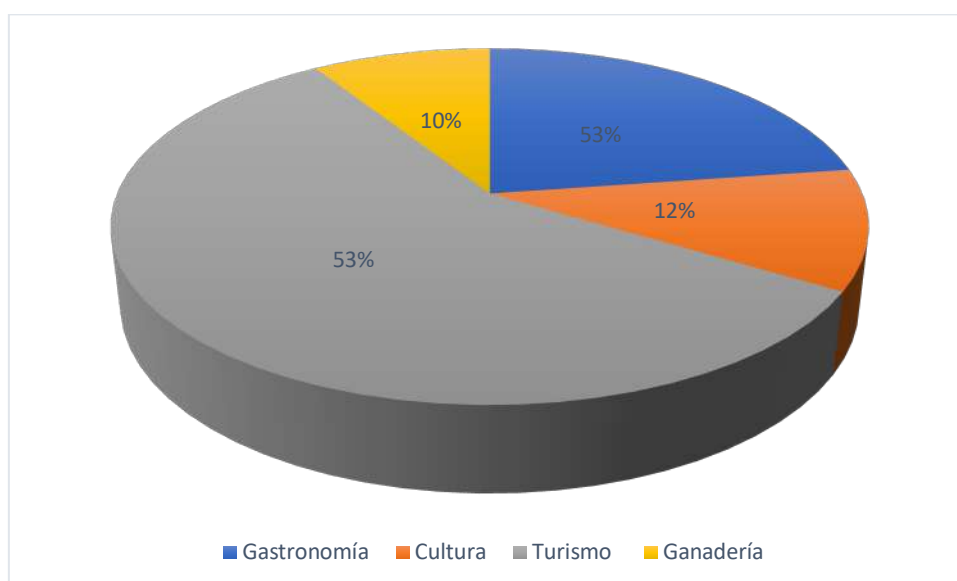
5.- ¿Qué aspectos se debería promocionar dentro de la publicidad del cantón?

Tabla 7. Aspectos para promocionar el cantón.

Alternativas	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Gastronomía	25	25%
Cultura	12	12%
Turismo	53	53%
Ganadería	10	10%
TOTAL	100	100%

Nota: Se detalla la cantidad de turistas que respondieron sobre los aspectos a promocionar del cantón. Fuente: Encuesta a los turistas.

Gráfico 5. Aspectos para promocionar el cantón.



Nota: La figura muestra los resultados de la pregunta 5. Fuente: Encuesta a los turistas.

Análisis.

En el gráfico 5 correspondiente a la tabla 7 se demuestra que para la pregunta 5 los encuestados coinciden en que el aspecto más influyente para promocionar el cantón General Antonio Elizalde corresponde al ámbito de turismo; cabe recalcar que los encuestados

también consideran que el área gastronómica del cantón se puede considerar como un aspecto influyente para la promoción de este.

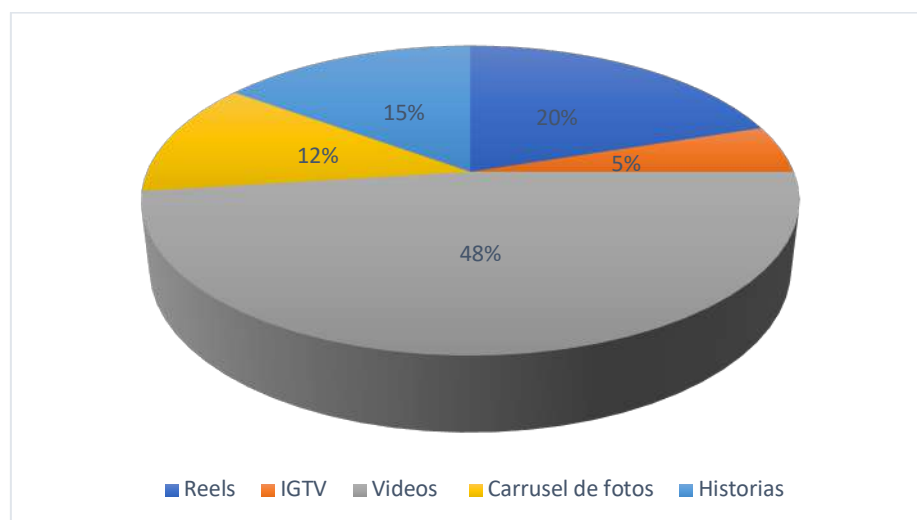
6.- ¿De qué forma le gustaría que se realice la publicidad del cantón?

Tabla 8. Formas de publicidad del cantón

Alternativas	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Reels	20	20%
IGTV (VIDEOS/INSTAGRAM)	5	5%
Videos	48	48%
Carrusel de fotos	12	12%
Historias	15	15%
TOTAL	100	100%

Nota: Se detalla la cantidad de turistas que respondieron sobre las formas de publicidad del cantón. Fuente: Encuesta a los turistas.

Gráfico 6. Formas de publicidad del cantón.



Nota: La figura muestra los resultados de la pregunta 6. Fuente: Encuesta a los turistas.

Análisis

En el gráfico 6 correspondiente a la tabla 8, en los resultados los turistas piensan que los videos es la mejor forma de realizar publicidad, también los Reels es una buena estrategia para promocionar el lugar, en menor cantidad el carrusel de fotos e historias también son consideradas como forma de promocionar el cantón.

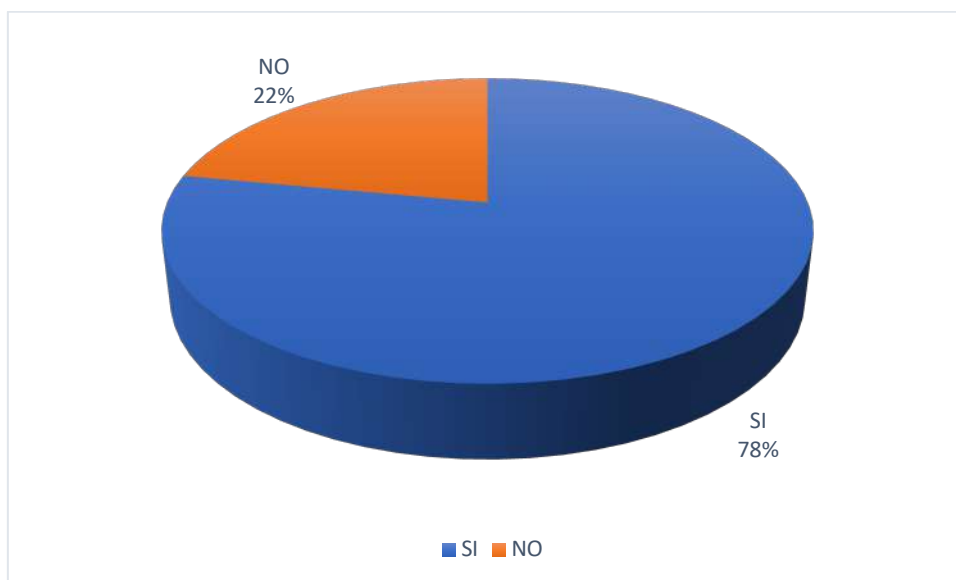
7.- ¿Considera que se debe trabajar con un plan de marketing para promocionar el cantón?

Tabla 9. Se debe trabajar con un plan de marketing.

Alternativas	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
SI	78	78%
NO	22	22%
TOTAL	100	100%

Nota: Se detalla la cantidad de turistas que respondieron sobre las formas de publicidad del cantón. Fuente: Encuesta a los turistas.

Gráfico 7. Se debe trabajar con un plan de marketing.



Nota: La figura muestra los resultados de la pregunta 7. Fuente: Encuesta a los turistas.

Análisis.

En el gráfico 7 correspondiente a la tabla 9, los resultados reflejan que la mayoría de encuestados creen que se debería trabajar en un plan de marketing que promocioe todos los aspectos del cantón, en cambio el resto de encuestados consideran que no es necesario el plan de marketing.

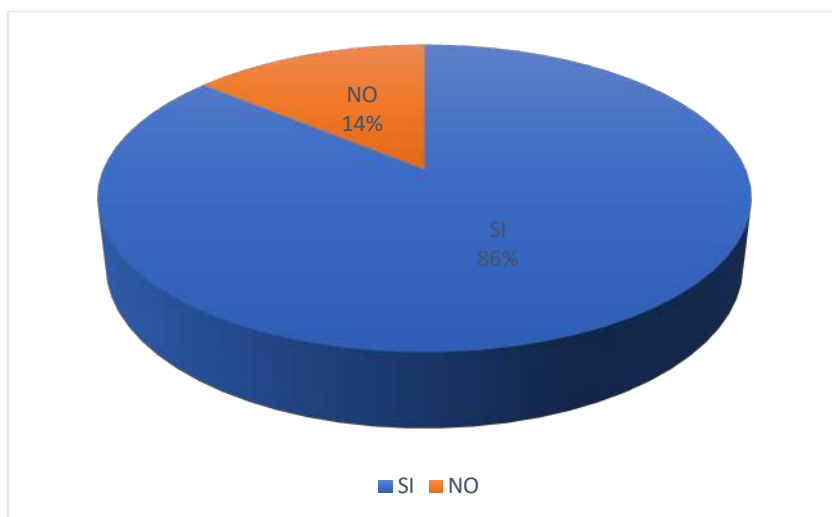
8.- ¿Piensa que un adecuado plan de marketing promocional contribuirá económicamente para el cantón?

Tabla 10. El plan de marketing promocional contribuirá económicamente para el cantón.

Alternativas	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
SI	86	86%
NO	14	14%
TOTAL	100	100%

Nota: Se detalla la cantidad de turistas que respondieron sobre el plan de marketing promocional contribuirá económicamente para el cantón. Fuente: Encuesta a los turistas.

Gráfico 8. El plan de marketing promocional contribuirá económicamente para el cantón.



Nota. La figura muestra los resultados de la pregunta 8. Fuente: Encuesta a los turistas

Análisis.

En el gráfico 8 correspondiente a la tabla 10, según los resultados la mayoría de los encuestados consideran que un adecuado plan de marketing promocional contribuirá en el desarrollo económico del cantón, mientras que un grupo reducido piensa que no contribuiría mucho en este aspecto.

9.- ¿Qué red social considera que se debe potenciar para la publicidad del cantón?

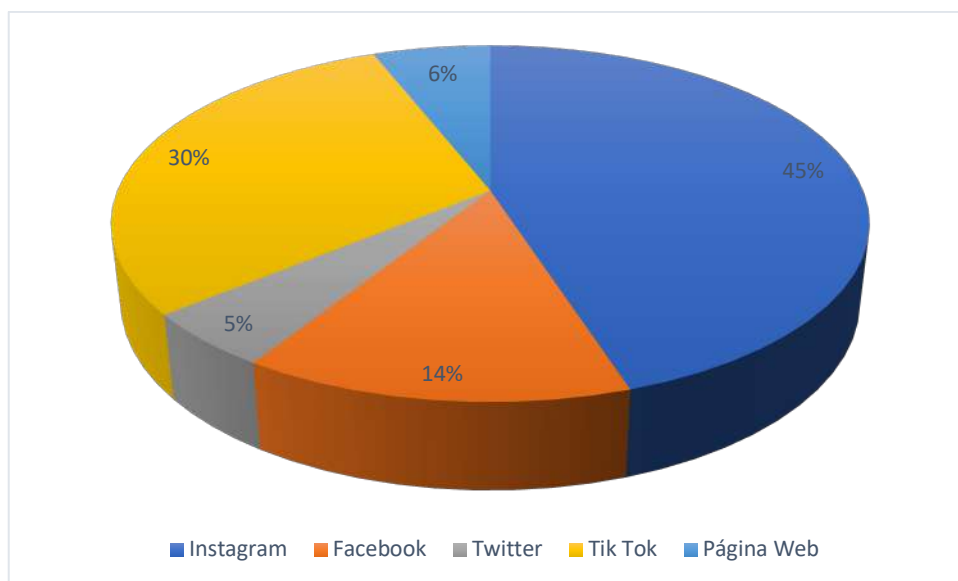
Tabla 11. Red social que se debe potenciar para la publicidad del cantón.

Alternativas	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Instagram	45	45%

Facebook	14	14%
Twitter	5	5%
TikTok	30	30%
Página Web	6	6%
TOTAL	100	100%

Nota: Se demuestra la inclinación que tienen los turistas hacia las distintas redes sociales.
Fuente: Encuesta a los turistas.

Gráfico 9. Red social que se debe potenciar para la publicidad del cantón.



Nota: La figura muestra los resultados de la pregunta 9. *Fuente:* Encuesta a los turistas.

Análisis.

En el gráfico 9 correspondiente a la tabla 11, se demostró que los encuestados desean que exista una mayor publicidad en las distintas redes sociales, dando como principal red social a Instagram, de segunda a TikTok y de tercero a Facebook; Fijándonos que estas redes son las que el usuario más interactúa, procediendo a promocionar así a los distintos lugares que tiene el cantón General Antonio Elizalde por medio de estas redes sociales.

4.2. Discusión

El presente proyecto tiene como finalidad una propuesta de plan de marketing para el cantón General Antonio Elizalde “Bucay”, debido a esto y con los resultados obtenidos en los instrumentos realizados, como lo menciona Palacios:

En este componente de la tesis se “discute” la coherencia y de ser necesario las contradicciones fundamentales de los datos obtenido; lo cual implica también evaluar y calificar las implicaciones de los resultados tomando en cuenta lo que se establecen las hipótesis de trabajo y/o las preguntas de investigación. (p. 1)

En relación a las entrevistas realizadas a propietarios de los lugares turísticos y autoridades del cantón puso en evidencia que uno de los factores potenciales que posee el cantón son los distintos lugares turísticos y como la afluencia de visitantes contribuye notablemente al desarrollo económico del cantón, sin embargo también coinciden que existen varias limitantes para los visitantes entre ellas las vías de acceso y la falta de organización y desconocimiento de quienes forman parte del equipo que promueve el turismo en el cantón.

Cabe indicar también que los propietarios consideran que se debería trabajar en una propuesta en donde todos formen parte de esta promoción del cantón, en el que se debería tomar en cuenta varios aspectos a promocionar como su cultura, gastronomía, historia, lugares turísticos, etc. Lo cual potenciará de manera íntegra al cantón. Tomando en cuenta que consideran que es un lugar estratégico, ya que es un punto de encuentro entre la serranía y la costa ecuatoriana.

Los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los turistas y moradores del lugar se evidencia que una de las maneras de promocionar el cantón es por las redes sociales en especial Instagram, pero la información que reciben en estos medios es poca, también se evidencio que las cascadas de la esperanza alta es la atracción con mayor afluencia de visitantes, de la misma forma los encuestado coinciden que debería elaborar un plan de marketing con herramientas digitales que permitan una proyección dinámica de los atractivos del cantón Gral. Antonio Elizalde. De esta manera se puede deducir la necesidad de elaborar un plan de marketing, que cumpla con las expectativas de contribuir en el desarrollo del cantón.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- De acuerdo con los instrumentos de recolección de datos utilizados, y mediante la observación propia se identificó que existe falta de información, promoción y presencia en medios digitales de los lugares hacia los turistas y propios moradores del cantón, evidenciando una problemática que es la necesidad de una propuesta enfocada en un Plan de Marketing.
- Se debe realizar una adecuada publicidad, esto haciendo referencia a realizar un estudio de segmento de mercado lo cual se traducirá a propuestas graficas que conecten con el usuario y haciendo uso de los resultados obtenidos de las encuestas, haciéndolo efectivo y acorde a las necesidades del cantón y de los turistas nacionales y extranjeros. Con esto contribuirá en el desarrollo del nivel turístico y económico, motivando a las entidades gubernamentales, privadas y organizaciones a realizar un trabajo conjunto de organización y planificación.
- Es necesario utilizar los medios y herramientas adecuadas que proyecten las cualidades que posee el cantón y que sean difundidas en todas las plataformas digitales como: Instagram, Facebook y TikTok, promocionando mediante la creación de contenido de manera activa al cantón Gral. Antonio Elizalde – Bucay.

5.2. Recomendaciones

- Trabajar en la creación y dar seguimiento continuamente en el plan de Marketing, fijándonos que permita visualizar la historia, turismo y características del cantón Gral. Antonio Elizalde.
- Trabajar en conjunto con las entidades relacionadas con el turismo del cantón ya que deben estar familiarizadas con el plan de marketing propuesto y así se permitirá una organización en la información que se desea exponer al público sobre el cantón y sus atractivos.
- Se recomienda realizar un analisis profundo sobre los lugares turísticos menos destacados de la zona, con el fin de promocionarlos.

CAPÍTULO VI.

PROPUESTA

Esta propuesta se acoge al objetivo general el cual es elaborar un plan de marketing, utilizando las herramientas tecnológicas que contribuyan a plasmar las costumbres, tradiciones y espacios turísticos del cantón Gral. Antonio Elizalde, para promover su desarrollo turístico y económico.

Un plan de marketing contribuiría a promocionar adecuadamente el cantón, de esta manera se logrará promover el turismo y mejorar la economía del lugar, permitirá también elaborar un trabajo conjunto con todas las organizaciones que deseen trabajar en favor y bienestar del cantón.

Para el desarrollo del plan de marketing se ha utilizado un modelo inspirado en el de Kotler & Armstrong donde se muestra el proceso de marketing.

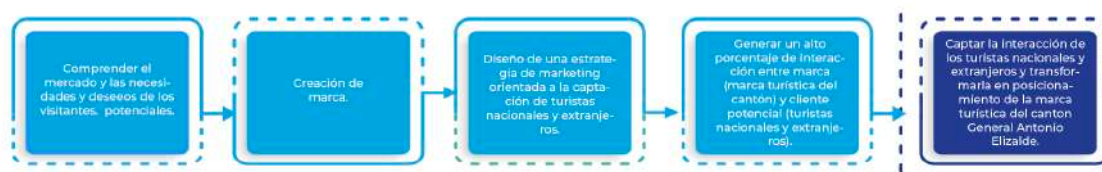
Figura 3



Nota: Muestra de un modelo del proceso de marketing. Fuente: Kotler & Armstrong (2008)

Se realizó un diagrama propio inspirado en el autor nombrado, dejando destacar todo el proceso del plan de marketing.

Figura 4



Nota: Proceso para la elaboración del plan marketing.

Elaboración propia.

1.1 Objetivo

En esta investigación se tiene como propuesta ir de acorde a los objetivos propuestos en la primera parte, en el que se trata la elaboración de un plan de marketing en el que debe contener:

- 1.1.1** Analisis FODA
- 1.1.2** Creación de marca para la identidad del cantón.
- 1.1.3** Objetivos Smart.
- 1.1.4** Objetivos estratégicos de contenido.
- 1.1.5** Creación de un plan publicitario.
- 1.1.6** Creación de un plan de medio y su costo.
- 1.1.7** Creación de línea grafica para posts publicitarios.

Con esto seguiremos los parámetros que se debe tener para realizar un plan de marketing, ayudándonos también con los resultados en las encuestas, así realizaremos de acuerdo con la necesidad encontrada y prosiguiendo a las características que se tiene en el plan de marketing, demostrando una buena información en los diseños publicitarios, además del buen uso de la cromática, demostrando así todos los factores importantes para la creación del plan.

Figura 5. Propuesta de Plan de Marketing para el cantón General Antonio Elizalde.



Elaborado por el autor de la investigación.

Figura 6. Objetivos de contenido para el Plan de Marketing del cantón General Antonio Elizalde.



PLAN DE ACCIÓN

El plan de acción de marketing digital se lleva a cabo a través de un calendario editorial de contenidos en redes sociales. El cual ayuda a controlar las estrategias de contenido en las redes sociales.

Acciones	Meses												Meses															
	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5				Mes 6							
	Semanas												Semanas															
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Publicación en Instagram																												
Publicación en TikTok																												
Publicación en Facebook																												

CALENDARIO EDITORIAL Y PRESUPUESTO

El calendario editorial y presupuesto nos ayudan a producir contenidos con diferentes temáticas para cada sitio destacado del cantón General Antonio Elizalde.

MES DE ABRIL					
OBJETIVO PRESUPUESTO MENSUAL TOTAL DE GASTOS PRESUPUESTO RESTANTE			Aumentar usuarios \$100.00 \$0.00 \$500		
SEMANA FECHA	PLATAFORMA DE PUBLICACIÓN	TIPO DE CONTENIDO	DESCRIPCIÓN	GASTOS (PAUTAS PUB)	OBJETIVO
PRIMERA SEMANA LUNES 03 A SÁBADO 08	TIKTOK; INSTAGRAM	Audiovisual y Reels	Se utilizará el día de educación para presentar a los lugares. El contenido será subido en días que según los métricas de la plataforma sea con días con más visualización.	\$20.00	El objetivo es que las personas visualicen los lugares que tiene el cantón así que se puede recomendarlos con el público.
SEGUNDA SEMANA LUNES 10 A SÁBADO 15	TIKTOK; INSTAGRAM ; FACEBOOK	Audiovisual y Carrusel de Fotos	Se presentará a los lugares. El contenido será subido en días que según los métricas de la plataforma sea con días con más visualización.	\$30.00	El objetivo es que las personas visualicen los mejores lugares que tiene el cantón así que se puede recomendarlos con el público.
TERCERA SEMANA LUNES 17 A SÁBADO 22	INSTAGRAM; FACEBOOK	Audiovisual y Historias	Se utilizará el día de información para presentar a los lugares. El contenido será subido en días que según los métricas de la plataforma sea con días con más visualización.	\$20.00	El objetivo es que las personas visualicen los mejores lugares que tiene el cantón así que se puede recomendarlos con el público.
TERCERA SEMANA LUNES 24 A SÁBADO 29	TIKTOK; INSTAGRAM ; FACEBOOK	Audiovisual, Historias y Fotos	Se utilizará el día de entretenimiento para presentar a los lugares. El contenido será subido en días que según los métricas de la plataforma sea con días con más visualización.	\$30.00	El objetivo es que las personas visualicen los mejores lugares que tiene el cantón así que se puede recomendarlos con el público.

Elaborado por el autor de la investigación.

Figura 7. Línea gráfica para los posts del cantón General Antonio Elizalde.



Elaborado por el autor de la investigación.

BIBLIOGRAFÍA:

Torres, M. C., & Alava, V. B. (2021). Diseño de un plan de marketing digital para promover el turismo en el cantón Samborondón, en el año 2020. *RES NON VERBA REVISTA CIENTÍFICA*, 11(1), 125-139.

Zumaeta, M. R. M., & Barbarán, J. G. (2019). Plan de marketing digital para promocionar el producto turístico del Distrito de Huancas Amazonas–2018. *Revista Científica UNTRM: Ciencias Sociales y Humanidades*, 1(3), 62-67.

Giardelli, E. (2021). *Plan de marketing digital para redes sociales y sitio web para Lozada Viajes como herramientas para la competitividad* (Bachelor's thesis).

Martínez, M. D. (2014). *Plan de marketing digital para PYME* (Doctoral dissertation, Universidad Católica de Córdoba).

Esteven, J. A., Berenguer, I. A., & Sánchez, A. G. (2018). Método didáctico para reforzar el razonamiento inductivo-deductivo en la resolución de problemas matemáticos de demostración. *REFCalE: Revista Electrónica Formación y Calidad Educativa*. ISSN 1390-9010, 6(2), 17-32.

Rendón-Macías, M. E., Villasís-Keever, M. Á., & Miranda-Novales, M. G. (2016). Estadística descriptiva. *Revista Alergia México*, 63(4), 397-407.

Anthony, R. N. (2016). Marketing Planeación Estratégica de la Teoría a la Práctica. In R. N. Anthony, *Marketing Planeación Estratégica de la Teoría a la Práctica*.

Ayala. (2015). Investigación socioambientales, educativas y humanísticas para el medio rural. In *Investigación socioambientales, educativas y humanísticas para el medio rural*. Chile.

Armijos. (2013). Diagnóstico económico, financiero y planificación estratégica. In Armijos, *Diagnóstico económico, financiero y planificación estratégica*. Chile.

Amstrong, P. K. (2003). Fundamentos de marketing. In P. K. Amstrong, *Fundamentos de marketing*.

Kotler, P. (2004). Marketing Turístico . In *Marketing Turístico* .

Kotler, P. (2015). Fundamentos de Marketing. In *Fundamentos de Marketing*.

Bernal, C. (2010). Metodología dela Investigacion. In C. Bernal, *Metodología dela Investigacion*.

Pérez, E. B. (2016). Metodología de la investigación en las ciencias de la actividad física y del deporte. In E. B. Pérez, *Metodología de la investigación en las ciencias de la actividad física y del deporte*.

Vilajoana, S. (2015). ¿Cómo diseñar una campaña de publicidad? In S. Vilajoana.

Murillo, W. (2008). La investigación científica. In W. Murillo, *La investigación científica*.

Kotler, P. (2013). Fundamentos del marketing . In P. Kotler, *Fundamentos del marketing* (p. 196).

Palacios, e. P. R. Guía rápida para la elaboración de la discusión de los resultados de la tesis.

ANEXOS:

Anexo I:

Guía estructurada de entrevista – Para distintas entidades encargadas del turismo.

Carlos Córdova / Propietario de Bucay Adventures Ecuador



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

DISEÑO GRÁFICO

Autora: Erika Vallejo

Tutor: Elvis Ruíz

Tema:

PLAN DE MARKETING APLICADO A LA PROMOCIÓN DEL CANTÓN
GENERAL ANTONIO ELIZALDE

Nº de Entrevista: 1

DATOS DEL ENTREVISTADO

Nombre y Apellidos: Carlos Córdova

Función que desempeña: Bucay Adventures Ecuador

PREGUNTAS

1. ¿Qué elementos considera usted que constituye parte de la identidad del cantón General Antonio Elizalde "Bucay"?
2. ¿Considera que el cantón General Antonio Elizalde es turístico? ¿Y por qué?
3. ¿Qué productos que se elaboran en el cantón consideraría potenciarlos, exponerlos y venderlos a otras ciudades o países?
4. ¿De qué manera se podría potenciar el turismo dentro del cantón?
5. A su parecer, ¿el cantón tiene algún elemento que se considera como símbolo?
6. ¿Qué tipo de publicidad considera usted que contribuiría para el desarrollo turístico del cantón?

7. ¿Conoce si el cantón General Antonio Elizalde posee una planificación de marketing publicitario?
8. Para fomentar el desarrollo del turismo en el Cantón, ¿a qué aspectos considera Usted debe otorgárseles mayor relevancia en el plan de marketing?
9. ¿Considera que los organismos pertinentes trabajan continuamente en una promoción publicitaria del cantón?
10. Desde su perspectiva, ¿qué factores han sido un impedimento para el reconocimiento turístico del Cantón?

Respuestas:

- 1) Bucay se identifica por gente q' es amigable y atenta con toda la gente q' viene a visitar nuestro cantón.
- 2) Bucay es turístico por que existe varios agentes potenciales q' nos ayuda a q' seamos ricos en maravillas turísticas como las cascadas y sus rios.
- 3) Creo q' cada lugar q' tenemos es unico y diferente como lo es la estación de tren, el mirador.
- 4) Ahora todos nos manejamos por las redes sociales, ya la gente esta tan concentrada en el telefono q' una ayuda para promover seria por medio de las distintas redes.
- 5) Uno de los simbolos q' tenemos es el parque de la madre q' fue uno de los primeros parques q' se tuvo en el cantón.
- 6) Como lo menciono creo q' se debe manejar por las redes sociales, hoy se utiliza bastante el tiktok hoy en día, el q' mas se cree tiene tiktok seria una buena opción de utilizar esa red social para hacer videos de los lugares.
- 7) El cantón no tiene ningun plan o planificación de marketing para el turismo, ya q' lo dejan de lado siendo una gran potencia para el cantón.
- 8) Creo que uno de los aspectos debería ser los platos de las cascadas y de la gastronomía q' tenemos nuestros platos es la mejor delicia q' tiene.
- 9) Si hablamos del municipio pues no se a recibido ningun ayuda o alguna planificación para promocionar los lugares turisticos.
- 10) El q' mas relevante es, se puede decir q' es el daño de los rios ya que en el invierno se presenta un deterioro mayor.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

DISEÑO GRÁFICO

Autora: Erika Vallejo

Tutor: Elvis Ruiz

Tema:

PLAN DE MARKETING APLICADO A LA PROMOCIÓN DEL CANTÓN
GENERAL ANTONIO ELIZALDE

Nº de Entrevista: 2

DATOS DEL ENTREVISTADO

Nombre y Apellidos: Katherin Lema

Función que desempeña: Operadora de Yachana Adventures

PREGUNTAS

1. ¿Qué elementos considera usted que constituye parte de la identidad del cantón General Antonio Elizalde "Bucay"?
2. ¿Considera que el cantón General Antonio Elizalde es turístico? ¿Y por qué?
3. ¿Qué productos que se elaboran en el cantón consideraría potenciarlos, exponerlos y venderlos a otras ciudades o países?
4. ¿De qué manera se podría potenciar el turismo dentro del cantón?
5. A su parecer, ¿el cantón tiene algún elemento que se considera como símbolo?
6. ¿Qué tipo de publicidad considera usted que contribuiría para el desarrollo turístico del cantón?

7. ¿Conoce si el cantón General Antonio Elizalde posee una planificación de marketing publicitario?
8. Para fomentar el desarrollo del turismo en el Cantón, ¿a qué aspectos considera Usted debe otorgárseles mayor relevancia en el plan de marketing?
9. ¿Considera que los organismos pertinentes trabajan continuamente en una promoción publicitaria del cantón?
10. Desde su perspectiva, ¿qué factores han sido un impedimento para el reconocimiento turístico del Cantón?

Respuestas:

- 1) Uno de los elementos q' tenemos ya q' para mí son varios, es la estación del tran va q' fue el q' más lo infraestructura más.
- 2) El agua fue creado por eso; Bucay es uno de los lugares q' tiene más población turística como por ejemplo sus cascadas; luego reconoce Bucay por que tiene varias cascadas q' son varias.
- 3) El que podría ser q' más influencia tenga es el de las cascadas, pasando de allí a la gastronomía como la fritada, el hornado o los asado.
- 4) Uno de los números es promocionarlo por medio de redes sociales como; Tiktok q' se utiliza bastante, pasando por instagram q' varias personas internacionales utilizan eso y Face por q' varias personas ven con información por esa red social.
- 5) Como símbolo creo q' no, es más conocido por sus lugares.
- 6) Publicidad q' se demuestre la variedad y como realmente es el lugar así la gente sabría q' no se esotora mintiendo, ayudarlo con videos o post de fotos de los lugares.
- 7) El cantón presenta una mala desinformación por q' si entras a la página del cantón verías q' no tiene ninguna información sobre los lugares; es por eso q' realmente publicidad del mismo no existe.
- 8) Se empezaría por los lugares q' tiene el cantón como lo es las cascadas, sus ríos, dando así el comiencio de publicidad para el cantón.
- 9) Realmente ayuda de los organismos como el municipio por lo q' he presenciado no existe ya q' dejan de lado y no se concentra en publicitar los distintos lugares q' tiene el cantón.
- 10) Lo q' siempre me da es la destrucción de las vías y la poca información q' tiene el turista para conocer el cantón.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

DISEÑO GRÁFICO

Autora: Erika Vallejo

Tutor: Elvis Ruiz

Tema:

PLAN DE MARKETING APLICADO A LA PROMOCIÓN DEL CANTÓN
GENERAL ANTONIO ELIZALDE

Nº de Entrevista: 3

DATOS DEL ENTREVISTADO

Nombre y Apellidos: Juan Perez

Función que desempeña: Guía Profesional

PREGUNTAS

1. ¿Qué elementos considera usted que constituye parte de la identidad del cantón General Antonio Elizalde "Bucay"?
2. ¿Considera que el cantón General Antonio Elizalde es turístico? ¿Y por qué?
3. ¿Qué productos que se elaboran en el cantón consideraría potenciarlos, exponerlos y venderlos a otras ciudades o países?
4. ¿De qué manera se podría potenciar el turismo dentro del cantón?
5. A su parecer, ¿el cantón tiene algún elemento que se considera como símbolo?
6. ¿Qué tipo de publicidad considera usted que contribuiría para el desarrollo turístico del cantón?

7. ¿Conoce si el cantón General Antonio Elizalde posee una planificación de marketing publicitario?
8. Para fomentar el desarrollo del turismo en el Cantón, ¿a qué aspectos considera Usted debe otorgárseles mayor relevancia en el plan de marketing?
9. ¿Considera que los organismos pertinentes trabajan continuamente en una promoción publicitaria del cantón?
10. Desde su perspectiva, ¿qué factores han sido un impedimento para el reconocimiento turístico del Cantón?

Respuestas:

- 1) Bucay es una mezcla de culturas, esta en un punto de encuentro de la costa y sierra; tiene varios recursos naturales para incrementar el desarrollo turístico, tanto por su naturaleza, rios y cascadas.
- 2) Si es turístico porque existe lugares en que cualquier lugar no lo encuentran, dando lugar a empresas privadas a invertir en el turismo del cantón.
 - ⇒ Considero q' Bucay debería de convertirse en una potencia turística para el cantón, donde lo primordial es dar a la gente un excelente servicio.
 - ⇒ Nos ayudaría bastante la publicidad, ya q' como sabe en la actualidad la publicidad como va llus o publicidad en las redes sociales q' es lo más se ve hoy en día.
- 3) Bucay tiene varios símbolos q' lo hacen conocido, como el arco al inicio de Bucay (la entrada) o la Virgen q' se ayuda bastante con el mirador.
- 6) Más q' tipo de publicidad sería la ayuda de generar publicidad de lo q' Bucay tiene o lo q' ofrece, como lo mencione ayudarnos bastante de las redes sociales.
- 7) Realmente ayuda de una planificación de marketing, por medio del GAP Municipal no hemos tenido, es por eso q' a nuestra propia cuenta, nos hemos tenido q' valer; creando algún tipo de promociones de los lugares q' ofrecemos.
- 8) Uno de los lugares en el q' se podría concentrar es en las cascadas ya que la gente viene mucho por eso.
- 9) Como la dije ayuda del Municipio no sé si es por eso q' no lo tomamos en cuenta.
- 10) El factor ~~más~~ que nos impide es el daño de las vías q' nos impide dar un recorrido adecuado a los turistas.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

DISEÑO GRÁFICO

Autora: Erika Vallejo

Tutor: Elvis Ruíz

Tema:

PLAN DE MARKETING APLICADO A LA PROMOCIÓN DEL CANTÓN
GENERAL ANTONIO ELIZALDE

Nº de Entrevista: 4

DATOS DEL ENTREVISTADO

Nombre y Apellidos: Jorge Montalvo

Función que desempeña: Gestor del Turismo por parte del Municipio

PREGUNTAS

1. ¿Qué elementos considera usted que constituye parte de la identidad del cantón General Antonio Elizalde "Bucay"?
2. ¿Considera que el cantón General Antonio Elizalde es turístico? ¿Y por qué?
3. ¿Qué productos que se elaboran en el cantón consideraría potenciarlos, exponerlos y venderlos a otras ciudades o países?
4. ¿De qué manera se podría potenciar el turismo dentro del cantón?
5. A su parecer, ¿el cantón tiene algún elemento que se considera como símbolo?
6. ¿Qué tipo de publicidad considera usted que contribuiría para el desarrollo turístico del cantón?

7. ¿Conoce si el cantón General Antonio Elizalde posee una planificación de marketing publicitario?
8. Para fomentar el desarrollo del turismo en el Cantón, ¿a qué aspectos considera Usted debe otorgárseles mayor relevancia en el plan de marketing?
9. ¿Considera que los organismos pertinentes trabajan continuamente en una promoción publicitaria del cantón?
10. Desde su perspectiva, ¿qué factores han sido un impedimento para el reconocimiento turístico del Cantón?

Respuestas:

- 1) Bucay tiene no solo sus rios y varios aspectos, como su malecón, el ambiente, la atención del turista, un comercio, sus rios; pero me gusta entonces concentrarnos en una cosa seria oporan los otros lugares.
- 2) Claro q' es turístico y a q' los lugares q' no hay en cualquier lado y tenemos uno de los importantes aspectos, como lo es la gastronomía, la etnohistoria y la cultura.
- 3) Productos como la gastronomía, ya q' la comida q' ofrecemos; es hecha con la región de cañón; además también el turismo; en los lugares q' tenemos por ofrecer.
- 4) Potencialmente sería de gran ayuda ya q' existiría más flujo de personas en el cantón así también reconocimiento del mismo; nos ayudaría bastante potenciando por los redes sociales.
- 5) Un símbolo importante sería el parque de la noche ya q' hace referencia al centro de nuestro cantón.
- 6) Publicidad en sí misma sería de ayuda como por ejemplo creando publicidad en redes y dando publicidad dentro del cantón como mostrando los lugares q' tenemos ya q' varios personas del mismo cantón no saben los lugares.
- 7) Realmente yo como responsable del Turismo, al cambio de los diferentes alcaldes siempre han dejado de lado el turismo ya q' se logran encontrar en otras cosas; por eso q' hay en día ya queremos potenciar el turismo porque nos hemos fijado q' está quedando mucho los redes sociales.
- 8) Considero que todo lo q' tiene el cantón es de importancia así como sería bueno en algunas cosas y luego orientarnos en cada una de las que tenemos; empezando una por una.
- 9) Como lo dije hay en día no se a trabajado como ninguna agencia o con algún departamento de los diferentes lugares del cantón pero se podría hacer.
- 10) Uno de los factores es el abandono q' tiene la prefectura en el cantón, ya q' se quee los rios de manera los lugares como varias interrupciones es por eso q' se tiene que hacer un plan con la prefectura a que por ayudar a dar un buen servicio y una buena atención a los lugares turísticos del cantón.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

DISEÑO GRÁFICO

Autora: Erika Vallejo

Tutor: Elvis Ruiz

Tema:

PLAN DE MARKETING APLICADO A LA PROMOCIÓN DEL CANTÓN
GENERAL ANTONIO ELIZALDE

Nº de Entrevista: 5

DATOS DEL ENTREVISTADO

Nombre y Apellidos: Pablo Ollauri V. Vasquez

Función que desempeña: Gerente Publicidad - Finca el Progreso

PREGUNTAS

1. ¿Qué elementos considera usted que constituye parte de la identidad del cantón General Antonio Elizalde "Bucay"?
2. ¿Considera que el cantón General Antonio Elizalde es turístico? ¿Y por qué?
3. ¿Qué productos que se elaboran en el cantón consideraría potenciarlos, exponerlos y venderlos a otras ciudades o países?
4. ¿De qué manera se podría potenciar el turismo dentro del cantón?
5. A su parecer, ¿el cantón tiene algún elemento que se considera como símbolo?
6. ¿Qué tipo de publicidad considera usted que contribuiría para el desarrollo turístico del cantón?

7. ¿Conoce si el cantón General Antonio Elizalde posee una planificación de marketing publicitario?
8. Para fomentar el desarrollo del turismo en el Cantón, ¿a qué aspectos considera Usted debe otorgárseles mayor relevancia en el plan de marketing?
9. ¿Considera que los organismos pertinentes trabajan continuamente en una promoción publicitaria del cantón?
10. Desde su perspectiva, ¿qué factores han sido un impedimento para el reconocimiento turístico del Cantón?

Respuestas:

- 1) Buena se debe identificar porque posee lugares q' no todos los cantones tienen; como las cascadas q' son una de las mayores atracciones.
- 2) Claro q' si es turístico porque tiene lugares q' atraen como tal turistas; solo q' la govt no tiene conocimiento de los lugares q' posee el cantón.
- 3) Uno de los importantes sería los atractivos q' se hace en las carreteras; como los rinderos; las cominotas o las campales.
- 4) Potencialmente sería algo importante para todos los personas q' forman parte de la promoción de los lugares, más de los buses opción el por medio de publicidad visual en el centro, además de la publicidad por medio de las redes sociales.
- 5) Solo hacia el cantón tiene varios lugares q' ya tienen q' son turísticos; como los la virgen; la estación y el parque de la madre.
- 6) Buena q' debería la mejor ayuda q' tenemos son las redes sociales q' ayuda a q' distintas personas conozcan de los lugares por medio de estas plataformas.
- 7) Considero q' el cantón está muy alejado de la promoción de los lugares ya q' no ayuda en la información a las personas con que quisieran saber de los lugares.
- 8) Uno de los importantes q' se debería de hacer es de planificar una buena promoción de los lugares generando visitas hacia los lugares.
- 9) Si hablamos del Municipio, deberíamos de decir q' nosotros trabajamos independientemente ya q' no se recibe ninguna ayuda o alguna forma en el nombre nombrados por los organismos.
- 10) Los turistas normalmente no quejan de los rindos ya que existe muchas interrupciones porque tiene varios huecos y se deterioran cuando entonces se pedimos de un servicio que se debería dar a los turistas.

Anexo II:

Guía estructurada de encuesta para turistas nacionales y extranjeros.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

DISEÑO GRÁFICO

Autora: Erika Vallejo

Tutor: Elvis Ruiz

ENCUESTA DIRIGIDA A VISITANTES EN LOS LUGARES TURÍSTICOS Y GENTE PERTENECIENTE DEL MISMO CANTÓN

Objetivo: Determinar la influencia de los atractivos de la zona en el desarrollo del cantón, como estrategia para plan de marketing.

Instructivo: Agradecemos su participación en esta encuesta y se solicita que responda honestamente las siguientes preguntas.

1. **¿Sabe usted el nombre original de Bucay?**
 - a. General Antonio Cuesta
 - b. General Antonio Elizalde
 - c. General Antonio Fernández
2. **¿Cuál es el atractivo turístico que más conoce del cantón?**
 - a. Cascadas de la Esperanza
 - b. Comunidad Shuar
 - c. Mirador de la Virgen del Carmen
 - d. Río de Agua Clara
 - e. Triciclo en el tren
 - f. Paseo en Chivas
3. **¿Porque medio digital conoce de los atractivos del cantón Bucay?**
 - a. Facebook
 - b. Instagram
 - c. Twitter

- d. Página Web
- e. TikTok
4. **¿Considera usted que el cantón debe incrementar más publicidad digital?**
- a. Si
- b. No
- c. Tal vez
5. **¿Qué aspectos cree que se debería promocionarse dentro de la publicidad del cantón?**
- a. Gastronomía .
- b. Cultura
- c. Turismo
- d. Ganadería
- e. Flora y Fauna
6. **¿Como le gustaría que se realice la publicidad del cantón dentro de los medios digitales?**
- a. Reels
- b. IGTV
- c. Videos
- d. Carrusel de fotos
- e. Historias
7. **¿Qué red social considera que se debe potenciar para la publicidad del cantón?**
- a. Facebook
- b. Instagram
- c. Twitter
- d. Página Web
- e. TikTok
8. **¿De qué manera cree que contribuirá la publicidad digital para el cantón?**
- a. Económica
- b. Cultural
- c. Social
- d. Turística



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
DISEÑO GRÁFICO

Autora: Erika Vallejo

Tutor: Elvis Ruiz

**ENCUESTA DIRIGIDA A VISITANTES EN LOS LUGARES
TURISTICOS Y GENTE PERTENECIENTE DEL MISMO CANTÓN**

Objetivo: Determinar la influencia de los atractivos de la zona en el desarrollo del cantón, como estrategia para plan de marketing.

Instructivo: Agradecemos su participación en esta encuesta y se solicita que responda honestamente las siguientes preguntas.

1. **¿Sabe usted el nombre original de Bucay?**
 - a. General Antonio Cuesta
 - b. General Antonio Elizalde
 - c. General Antonio Fernández
2. **¿Cuál es el atractivo turístico que más conoce del cantón?**
 - a. Cascadas de la Esperanza
 - b. Comunidad Shuar
 - c. Mirador de la Virgen del Carmen
 - d. Rio de Agua Clara
 - e. Triciclo en el tren
 - f. Paseo en Chivas
3. **¿Porque medio digital conoce de los atractivos del cantón Bucay?**
 - a. Facebook
 - b. Instagram
 - c. Twitter

- d. Página Web
 - e. TikTok
4. **¿Considera usted que el cantón debe incrementar más publicidad digital?**
- a. Si
 - b. No
 - c. Tal vez
5. **¿Qué aspectos cree que se debería promocionarse dentro de la publicidad del cantón?**
- a. Gastronomía.
 - b. Cultura
 - c. Turismo
 - d. Ganadería
 - e. Flora y Fauna
6. **¿Como le gustaría que se realice la publicidad del cantón dentro de los medios digitales?**
- a. Reels
 - b. IGTV
 - c. Videos
 - d. Carrusel de fotos
 - e. Historias
7. **¿Qué red social considera que se debe potenciar para la publicidad del cantón?**
- a. Facebook
 - b. Instagram
 - c. Twitter
 - d. Página Web
 - e. TikTok
8. **¿De qué manera cree que contribuirá la publicidad digital para el cantón?**
- a. Económica
 - b. Cultural
 - c. Social
 - d. Turística



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

DISEÑO GRÁFICO

Autora: Erika Vallejo

Tutor: Elvis Ruiz

ENCUESTA DIRIGIDA A VISITANTES EN LOS LUGARES TURISTICOS Y GENTE PERTENECIENTE DEL MISMO CANTÓN

Objetivo: Determinar la influencia de los atractivos de la zona en el desarrollo del cantón, como estrategia para plan de marketing.

Instructivo: Agradecemos su participación en esta encuesta y se solicita que responda honestamente las siguientes preguntas.

1. ¿Sabe usted el nombre original de Bucay?
 - a. General Antonio Cuesta
 - b. General Antonio Elizalde
 - c. General Antonio Fernández
2. ¿Cuál es el atractivo turístico que más conoce del cantón?
 - a. Cascadas de la Esperanza
 - b. Comunidad Shuar
 - c. Mirador de la Virgen del Carmen
 - d. Rio de Agua Clara
 - e. Triciclo en el tren
 - f. Paseo en Chivas
3. ¿Porque medio digital conoce de los atractivos del cantón Bucay?
 - a. Facebook
 - b. Instagram
 - c. Twitter

- d. Página Web
 - e. TikTok
4. **¿Considera usted que el cantón debe incrementar más publicidad digital?**
- a. Si
 - b. No
 - c. Tal vez
5. **¿Qué aspectos cree que se debería promocionarse dentro de la publicidad del cantón?**
- a. Gastronomía
 - b. Cultura
 - c. Turismo
 - d. Ganadería
 - e. Flora y Fauna
6. **¿Como le gustaría que se realice la publicidad del cantón dentro de los medios digitales?**
- a. Reels
 - b. IGTV
 - c. Videos
 - d. Carrusel de fotos
 - e. Historias
7. **¿Qué red social considera que se debe potenciar para la publicidad del cantón?**
- a. Facebook
 - b. Instagram
 - c. Twitter
 - d. Página Web
 - e. TikTok
8. **¿De qué manera cree que contribuirá la publicidad digital para el cantón?**
- a. Económica
 - b. Cultural
 - c. Social
 - d. Turística



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

DISEÑO GRÁFICO

Autora: Erika Vallejo

Tutor: Elvis Ruiz

ENCUESTA DIRIGIDA A VISITANTES EN LOS LUGARES TURISTICOS Y GENTE PERTENECIENTE DEL MISMO CANTÓN

Objetivo: Determinar la influencia de los atractivos de la zona en el desarrollo del cantón, como estrategia para plan de marketing.

Instructivo: Agradecemos su participación en esta encuesta y se solicita que responda honestamente las siguientes preguntas.

1. **¿Sabe usted el nombre original de Bucay?**
 - a. General Antonio Cuesta
 - b. General Antonio Elizalde
 - c. General Antonio Fernández
2. **¿Cuál es el atractivo turístico que más conoce del cantón?**
 - a. Cascadas de la Esperanza
 - b. Comunidad Shuar
 - c. Mirador de la Virgen del Carmen
 - d. Rio de Agua Clara
 - e. Triciclo en el tren
 - f. Paseo en Chivas
3. **¿Porque medio digital conoce de los atractivos del cantón Bucay?**
 - a. Facebook
 - b. Instagram
 - c. Twitter

- d. Página Web
 e. TikTok
4. **¿Considera usted que el cantón debe incrementar más publicidad digital?**
 a. Si
 b. No
 c. Tal vez
5. **¿Qué aspectos cree que se debería promocionarse dentro de la publicidad del cantón?**
 a. Gastronomía
 b. Cultura
 c. Turismo
 d. Ganadería
 e. Flora y Fauna
6. **¿Como le gustaría que se realice la publicidad del cantón dentro de los medios digitales?**
 a. Reels
 b. IGTV
 c. Videos
 d. Carrusel de fotos
 e. Historias
7. **¿Qué red social considera que se debe potenciar para la publicidad del cantón?**
 a. Facebook
 b. Instagram
 c. Twitter
 d. Página Web
 e. TikTok
8. **¿De qué manera cree que contribuirá la publicidad digital para el cantón?**
 a. Económica
 b. Cultural
 c. Social
 d. Turística



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

DISEÑO GRÁFICO

Autora: Erika Vallejo

Tutor: Elvis Ruiz

ENCUESTA DIRIGIDA A VISITANTES EN LOS LUGARES TURISTICOS Y GENTE PERTENECIENTE DEL MISMO CANTÓN

Objetivo: Determinar la influencia de los atractivos de la zona en el desarrollo del cantón, como estrategia para plan de marketing.

Instructivo: Agradecemos su participación en esta encuesta y se solicita que responda honestamente las siguientes preguntas.

1. ¿Sabe usted el nombre original de Bucay?
 - a. General Antonio Cuesta
 - b. General Antonio Elizalde
 - c. General Antonio Fernández
2. ¿Cuál es el atractivo turístico que más conoce del cantón?
 - a. Cascadas de la Esperanza
 - b. Comunidad Shuar
 - c. Mirador de la Virgen del Carmen
 - d. Rio de Agua Clara
 - e. Triciclo en el tren
 - f. Paseo en Chivas
3. ¿Porque medio digital conoce de los atractivos del cantón Bucay?
 - a. Facebook
 - b. Instagram
 - c. Twitter

- d. Página Web
 - e. TikTok
4. **¿Considera usted que el cantón debe incrementar más publicidad digital?**
- a. Si
 - b. No
 - c. Tal vez
5. **¿Qué aspectos cree que se debería promocionarse dentro de la publicidad del cantón?**
- a. Gastronomía.
 - b. Cultura
 - c. Turismo
 - d. Ganadería
 - e. Flora y Fauna
6. **¿Como le gustaría que se realice la publicidad del cantón dentro de los medios digitales?**
- a. Reels
 - b. IGTV
 - c. Videos
 - d. Carrusel de fotos
 - e. Historias
7. **¿Qué red social considera que se debe potenciar para la publicidad del cantón?**
- a. Facebook
 - b. Instagram
 - c. Twitter
 - d. Página Web
 - e. TikTok
8. **¿De qué manera cree que contribuirá la publicidad digital para el cantón?**
- a. Económica
 - b. Cultural
 - c. Social
 - d. Turística

Anexo III:

Realización de las entrevistas.

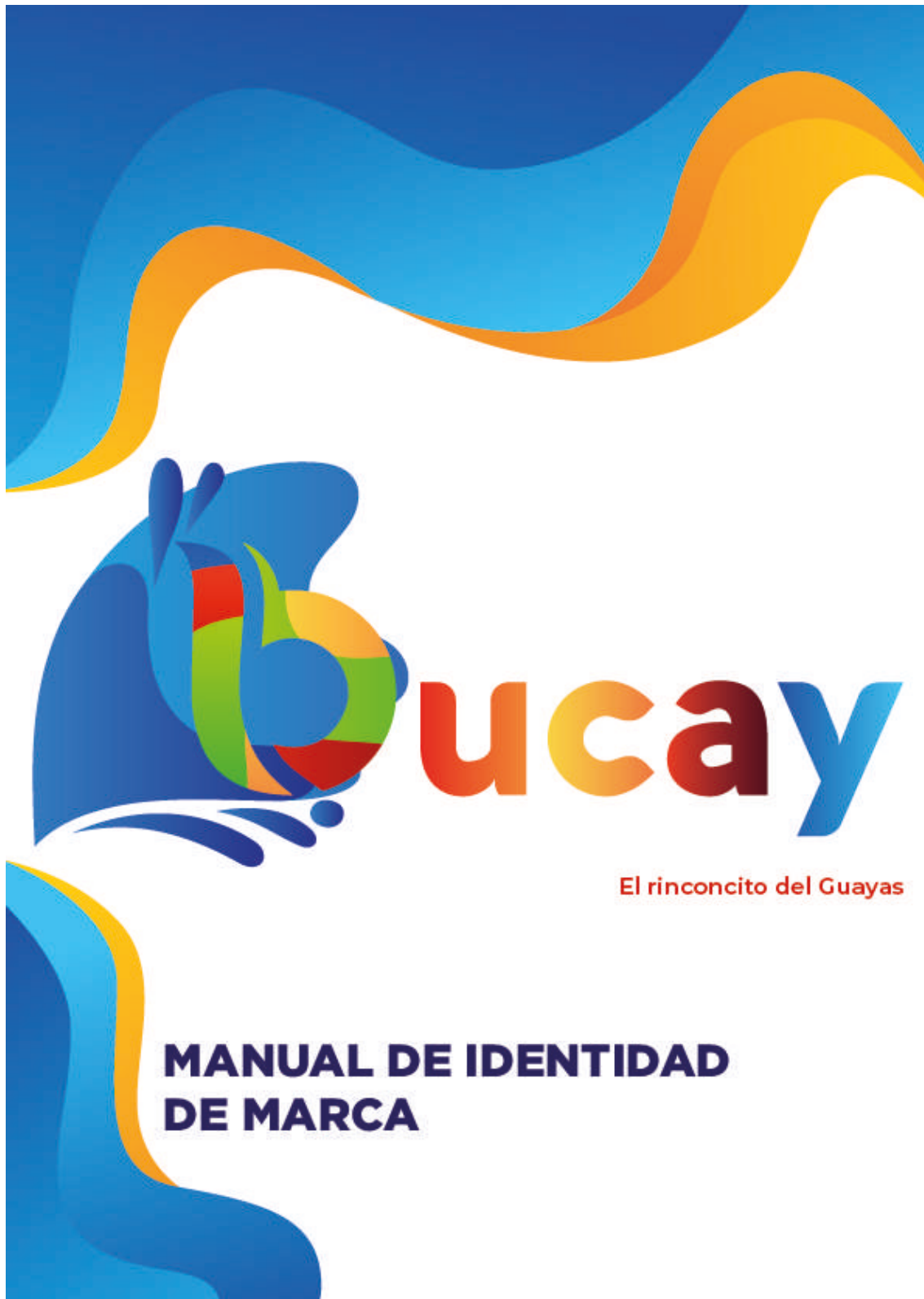


Nota: De las 5 personas encuestadas solo 2 permitieron que se les tomara fotografía, los otros querían evitar cualquier percance.

Anexo IV:

Creación de marca

Figura 8. Manual de Marca para la identidad del Cantón.



Elaborado por el autor de la investigación.

Figura 9. Presentación de la Marca del Cantón.

PRESENTACIÓN Y DESCRIPCIÓN

La marca **BUcay** está constituida por 2 elementos de iconográficos:

El **logotipo** es la parte textual o tipográfica.

El **slogan** es la frase breve y expresiva.

ESTRUCTURA COMPOSITIVA

ÁREA DE PROTECCIÓN



CROMÁTICA

La marca está compuesta por colores en lo que los porcentajes no se podrán alterar, ya que se perdería la identidad y solidez del logotipo.



Elaborado por el autor de la investigación.

Figura 10. Tipografía utilizada para la Marca del Cantón.



TIPOGRAFÍA

La tipografía para esta marca es Aquawax y Montserrat, se utilizó por su legibilidad y claridad.

AQUAWAX
ABCDEFGHIJKL
MNÑOPQRSTU
VWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz

MONTERRAT
ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTU VWXYZ
abcdefghijklmnño
pqrstuvwxyz
1234567890



Elaborado por el autor de la investigación.

Figura 11. Usos permitidos de Marca del Cantón.



USOS PERMITIDOS

- Siempre estará compuesto por su tipografía y su disposición no deberá ser alterada.
- La marca siempre se presentará de acuerdo con su cromática.



El rincón del Guayas

USOS INCORRECTOS

- Su disposición no deberá ser alterada.
- No se debe distorsionar la marca.



Elaborado por el autor de la investigación.

Figura 12. Implementación de Marca del Cantón.



Elaborado por el autor de la investigación.