



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA

CARRERA DISEÑO GRÁFICO

DISEÑO DE LA MARCA CIUDAD Y POSICIONAMIENTO GRÁFICO DEL CANTÓN CASCALES

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:
INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO

AUTORES:

LINA LISBETH CERDA ALVARADO

JEFFERSON STEVEN TAPE ALVARADO

Riobamba – Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA

CARRERA DISEÑO GRÁFICO

**DISEÑO DE LA MARCA CIUDAD Y POSICIONAMIENTO
GRÁFICO DEL CANTÓN CASCALES**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:
INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO

AUTORES: LINA LISBETH CERDA ALVARADO

JEFFERSON STEVEN TAIPE ALVARADO

DIRECTORA: Dis. MÓNICA GABRIELA SANDOVAL GALLEGOS

Riobamba – Ecuador

2022

© 2022, Lina Lisbeth Cerda Alvarado y Jefferson Steven Taipe Alvarado

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Nosotros, Lina Lisbeth Cerda Alvarado y Jefferson Steven Taípe Alvarado, declaramos que el presente trabajo de titulación es de nuestra autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autores asumimos la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 11 de agosto de 2022



Lina Lisbeth Cerda Alvarado
C.I. 210075830-5



Jefferson Steven Taípe Alvarado
C.I. 060397913-9

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA

CARRERA DISEÑO GRÁFICO

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; Tipo: Proyecto Técnico, **DISEÑO DE LA MARCA CIUDAD Y POSICIONAMIENTO GRÁFICO DEL CANTÓN CASCALES**, realizado por los señores: **LINA LISBETH CERDA ALVARADO y JEFFERSON STEVEN TAIPE ALVARADO**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA (2022-08-11)
Ledo. Edison Fernando Martinez PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		<u>2022-08-11</u>
Dis. Mónica Gabriela Sandoval Gallegos. DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		<u>2022-08-11</u>
Lieda. Paulina Alexandra Paula Alarcón MIEMBRO DEL TRIBUNAL		<u>2022-08-11.</u>

DEDICATORIA

El presente trabajo dedico a Dios quien me acompaña siempre, a mis padres Jaime Cerda y Teresa Alvarado por sus consejos, por haber forjado la persona que soy hoy en día, por su amor, por el esfuerzo que han realizado día tras días y todo el apoyo brindado a lo largo de mi carrera universitaria y ser el pilar fundamental para seguir adelante. A mis hermanos por escucharme y nunca abandonarme a pesar de la distancia, a mi hermanita Nayeli por ser mi motivación siempre y enseñarme a no rendirme.

Lina Cerda

Dedico este proyecto para todas las personas que busquen un puñado de información sobre el diseño de una marca ciudad, algunos parámetros que ayudaran al momento de que realicen un proyecto como estos.

Jefferson Taibe

AGRADECIMIENTO

Agradezco a dios por nunca abandonarme y protegerme durante todo el trayendo de mi carrera por darme fuerzas para superar todas las dificultades que se han presentado.

A mi madre, por sus consejos, por ser una mujer maravillosa, por enseñarme a no rendirme ante nada, por la confianza y el apoyo brindado, por estar en las buenas y malas a mi lado. A mi padre, por ser un hombre trabajador quien ha hecho todo lo posible por sacarnos adelante y ser mi apoyo en mi carrera. A mi persona favorita, gracias por tu amor incondicional durante estos años de mi carrera universitaria.

A mi directora y miembro de tesis: Dis. Mónica Gabriela Sandoval Gallegos y Lic. Paulina Alexandra Paula Alarcón por su tiempo brindado, por las sugerencias, por sus conocimientos y por guiarnos en el transcurso del desarrollo del proyecto.

Lina Cerda

Les doy las gracias a todas las personas que proporcionaron sus conocimientos para la creación de este proyecto, tanto como docentes de la Escuela de Diseño Gráfico y otros autores de investigaciones referentes al tema. Un agradecimiento especial a mi familia, que mis acciones siempre lo han demostrado cada día y lo seguirán demostrando.

Jefferson Taibe

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiv
RESUMEN.....	xv
SUMMARY.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	1
1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA	2
1.1. Antecedentes.....	2
1.2. Problematización	3
1.3. Justificación.....	3
1.4. Objetivos.....	4
1.4.1. <i>Objetivo general</i>	4
1.4.2. <i>Objetivos específicos</i>	4
2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	5
2.1. Cantón Cascales.....	5
2.1.1. <i>Historia del cantón Cascales</i>	5
2.1.2. <i>Límites</i>	6
2.1.3. <i>Clima</i>	6
2.1.4. <i>Arte y Cultura</i>	7
2.1.5. <i>Costumbres</i>	8
2.1.6. <i>Tradiciones</i>	8
2.1.7. <i>Lugares representativos del cantón</i>	9
2.1.8. <i>Flora</i>	13
2.1.9. <i>Fauna</i>	15
2.2. Diseño Gráfico.....	17
2.2.1. <i>Marca</i>	17
2.2.1.1. <i>Elementos de una marca</i>	17
2.2.1.2. <i>Clasificación de una marca</i>	17
2.2.1.3. <i>Importancia de una marca ciudad</i>	20
2.2.1.4. <i>Características de una marca ciudad</i>	20
2.2.2. <i>Elementos identificadores</i>	20
2.2.3. <i>Estrategias de posicionamiento</i>	21

3.	MARCO METODOLÓGICO	22
3.1.	Metodología de Bruce Archer.....	22
3.1.1.	<i>Fase Analítica</i>.....	22
3.1.1.1.	<i>Recopilación de datos</i>	22
3.1.1.2.	<i>Ordenamiento</i>	22
3.1.1.3.	<i>Evaluación</i>	23
3.1.2.	<i>Fase Creativa</i>.....	27
3.1.2.1.	<i>Toma de Partida</i>	27
3.1.2.2.	<i>Análisis</i>	27
3.1.2.3.	<i>Formalización de Idea</i>	27
3.1.3.	<i>Fase Ejecutiva</i>.....	27
3.1.3.1.	<i>Desarrollo</i>	27
3.1.3.2.	<i>Materialización</i>	28
4.	MARCO DE RESULTADOS	29
4.1.	<i>Fase Analítica</i>.....	29
4.1.1.	<i>Recopilación de datos</i>	29
4.1.2.	<i>Ordenamiento</i>	29
4.1.3.	<i>Evaluación</i>	33
4.1.3.1.	<i>Encuesta de elección de los elementos más representativos propios de la Historia del Cantón Cascales</i>	33
4.1.3.2.	<i>Encuesta de elección de los elementos más representativos propios de la Cultura del Cantón Cascales</i>	35
4.1.3.3.	<i>Encuesta de elección de los elementos representativos de la Naturaleza (Flora y Fauna) del Cantón Cascales</i>	37
4.1.3.4.	<i>Encuesta de elección de los elementos representativos de la Naturaleza (Atractivos Naturales) del Cantón Cascales</i>	39
4.2.	<i>Fase Creativa</i>.....	41
4.2.1.	<i>Toma de Partida</i>.....	41
4.2.2.	<i>Análisis</i>.....	43
4.2.3.	<i>Formalización de idea</i>	43
4.3.	<i>Fase Ejecutiva</i>	44
4.3.1.	<i>Desarrollo</i>.....	44
4.3.1.1.	<i>Marca Conceptual</i>	44
4.3.1.2.	<i>Propuestas de marca</i>	44
4.3.1.3.	<i>Encuesta de elección de marca ciudad del Cantón Cascales</i>	46
4.3.1.4.	<i>Encuesta de campaña publicitaria para promover el turismo del Cantón</i>	49

4.3.1.5. <i>Propuesta Elegida</i>	53
4.3.2. <i>Materialización</i>	53
4.3.2.1. <i>Manual de Identidad Visual del Cantón Cascales</i>	53
4.3.2.2. <i>Posicionamiento gráfico</i>	64
CONCLUSIONES	80
RECOMENDACIONES	81
GLOSARIO	
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-3: Ficha de Observación 1.3.....	23
Tabla 2-3: Ficha de Observación 2.3.....	23
Tabla 3-3: Ficha de Observación 3.3.....	23
Tabla 4-3: Encuesta de elección de elementos representativos de la Historia del Cantón Cascales.....	24
Tabla 5-3: Encuesta de elección de elementos representativos de la Cultura del Cantón Cascales.....	24
Tabla 6-3: Encuesta de elección de elementos representativos de Flora y Fauna de Cascales...	25
Tabla 7-3: Encuesta de elección de elementos representativos de los Atractivos Naturales del Cantón Cascales.....	25
Tabla 8-3: Encuesta de la campaña publicitaria para promover el desarrollo del turismo del Cantón Cascales.....	26
Tabla 9-3: Encuesta de elección de Marca Ciudad de Cascales.....	28
Tabla 1-4: Ficha de Observación Historia 1.4.....	29
Tabla 2-4: Ficha de Observación Cultura 2.4.....	30
Tabla 3-4: Ficha de Observación Naturaleza 3.4.....	31
Tabla 4-4: Elementos representativos de Historia, Cultura y Naturaleza del Cantón Cascales..	42
Tabla 5-4: Dimensiones de material visual para Facebook e Instagram.....	65

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-2: Mapa político del Cantón Cascales.....	5
Figura 2-2: Expo-feria de artesanías.....	7
Figura 3-2: Toma de Guayusa.....	8
Figura 4-2: Encuentro Cultural.....	9
Figura 5-2: Cascada la Celosa.....	10
Figura 6-2: Cascada Bermejo.....	10
Figura 7-2: Encuentro Cultural.....	11
Figura 8-2: Morete Cocha.....	11
Figura 9-2: Puente Colgante “Toni el Suizo”.....	12
Figura 10-2: Centro turístico Shayari.....	12
Figura 11-2: Orquídeas.....	13
Figura 12-2: Platanillos.....	13
Figura 13-2: Cedro.....	14
Figura 14-2: Guayusa.....	14
Figura 15-2: Gralaria Bicolor.....	15
Figura 16-: Oso de Anteojos.....	15
Figura 17-2: Boa.....	16
Figura 18-2: Jaguar.....	16
Figura 19-2: Marca Coca-Cola.....	17
Figura 20-2: Marca Apple.....	18
Figura 21-2: Marca Nike.....	18
Figura 22-2: Marca Tiffany&Co.....	19
Figura 23-2: Marca Netflix.....	19
Figura 1-4: Propuesta 1-Elemento histórico-puente colgante- “Toni el Suizo”.....	44
Figura 2-4: Propuesta 2-Elemento cultural-Artesanías.....	45
Figura 3-4: Propuesta 3-Elemento natural (Floral)-Platanillo.....	45
Figura 4-4: Propuesta 4-Elemento natural (Fauna)-Boa.....	46
Figura 5-4: Propuesta 5-Elemento natural (Atractivo)-Cascada “Bermejo”.....	46
Figura 6-4: Propuesta elegida.....	53
Figura 7-4: Portada del manual de marca.....	53
Figura 8-4: Conceptualización de la marca.....	54
Figura 9-4: Índice del manual de la marca.....	54
Figura 10-4: Introducción del manual de la marca.....	55
Figura 11-4: Objetivo de la marca.....	55
Figura 12-4: Misión y visión de la marca.....	56

Figura 13-4: Estructura y composición de la marca.....	56
Figura 14-4: Área de protección de la marca.....	57
Figura 15-4: Tamaño mínimo de la marca.....	57
Figura 16-4: Tipografía de la marca.....	58
Figura 17-4: Cromática de la marca.....	58
Figura 18-4: Usos correctos de la marca.....	59
Figura 19-4: Usos incorrectos de la marca.....	59
Figura 20-4: Aplicaciones de la marca.....	60
Figura 21-4: Muro Corporativo.....	60
Figura 22-4: Página web.....	61
Figura 23-4: Papelería.....	61
Figura 24-4: Sello.....	62
Figura 25-4: Valla Publicitaria.....	62
Figura 26-4: Bolsas.....	63
Figura 27-4: Camisetas.....	63
Figura 28-4: Contraportada del manual de la marca.....	64
Figura 29-4: Foto de perfil para Facebook e Instagram.....	66
Figura 30-4: Portada para Facebook.....	66
Figura 31-4: Página de Facebook.....	67
Figura 32-4: Página de Instagram.....	67
Figura 33-4: Post de lugar.....	68
Figura 34-4: Post de lugar.....	68
Figura 35-4: Post informativo.....	69
Figura 36-4: Post de lugar.....	69
Figura 37-4: Post promocional.....	70
Figura 38-4: Post promocional.....	70
Figura 39-4: Post promocional.....	71
Figura 40-4: Post promocional.....	71
Figura 41-4: Post promocional.....	72
Figura 42-4: Post promocional.....	72
Figura 43-4: Post promocional.....	73
Figura 44-4: Post promocional.....	73
Figura 45-4: Post promocional.....	74
Figura 46-4: Vinilo en servicios del municipio.....	74
Figura 47-4: Vinilo en paradas de autobuses.....	75
Figura 48-4: Calendario promocional.....	75
Figura 49-4: Bolígrafos promocionales.....	76

Figura 50-4: Libreta de apuntes.....	76
Figura 51-4: USB promocional.....	77
Figura 52-4: Llavero promocional.....	77
Figura 53-4: Taza promocional.....	78
Figura 54-4: Gorra promociona.....	78
Figura 55-4: Bolígrafo del municipio.....	79

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-4: Pregunta 1. Elección elemento de Historia.....	33
Gráfico 2-4: Pregunta 2. Elección elemento de Historia.....	34
Gráfico 3-4: Pregunta 4. Elección elemento de Historia.....	35
Gráfico 4-4: Pregunta 1. Elección elemento de Cultura.....	35
Gráfico 5-4: Pregunta 2. Elección elemento de Cultura.....	36
Gráfico 6-4: Pregunta 4. Elección elemento de Cultura.....	36
Gráfico 7-4: Pregunta 1. Elección elemento Naturaleza-Flora.....	37
Gráfico 8-4: Pregunta 1. Elección elemento Naturaleza-Fauna.....	37
Gráfico 9-4: Pregunta 2. Elección elemento de Naturaleza.....	38
Gráfico 10-4: Pregunta 2. Elección elemento de Naturaleza.....	39
Gráfico 11-4: Pregunta 1. Elección elemento de Historia.....	39
Gráfico 12-4: Pregunta 2. Elección elemento de Historia.....	40
Gráfico 13-4: Pregunta 4. Elección elemento de Historia.....	41
Gráfico 14-4: Pregunta 1. Porcentaje de atractivo visual de la marca.....	47
Gráfico 15-4: Pregunta 2. Porcentaje de marca que mejor representa.....	47
Gráfico 16-4: Pregunta 3. Porcentaje de marca diferencial del resto.....	48
Gráfico 17-4: Pregunta 4. Porcentaje de marca adaptable en aplicaciones.....	48
Gráfico 18-4: Pregunta 4. Porcentaje de marca que atraiga a visitar el Cantón.....	49
Gráfico 19-4: Pregunta 1. Porcentaje de marca adecuada para promocionar.....	50
Gráfico 20-4: Pregunta 2. Porcentaje realización de campañas publicitarias.....	50
Gráfico 21-4: Pregunta 3. Porcentaje de la campaña que atrae a visitar el Cantón.....	51
Gráfico 22-4: Pregunta 4. Porcentaje de medio de comunicación más adecuado.....	51
Gráfico 23-4: Pregunta 5. Porcentaje de medios adecuados.....	52
Gráfico 24-4: Pregunta 6. Porcentaje de realización de propuestas gráficas.....	52

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: CUESTIONARIO DE ENCUESTA DE ELECCIÓN REPRESENTATIVOS DEL
CANTÓN CASCALES

ANEXO B: CUESTIONARIO DE ENCUESTA DE ELECCIÓN DE MARCA

ANEXO C: CUESTIONARIO DE CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA PROMOVER EL
TURISMO DEL CANTÓN

ANEXO D: POST DE LA PÁGINA DE FACEBOOK E INSTAGRAM

RESUMEN

El objetivo de este proyecto fue diseñar una marca ciudad y una estrategia de posicionamiento gráfico del cantón Cascales a nivel nacional y de esta manera fortalecer el turismo local. La propuesta gráfica tiene como finalidad reforzar la identidad del cantón a través de elementos más representativos como: historia, cultura y naturaleza que funcionan como identificadores principales, esto se analizó mediante la metodología de Bruce Archer. En la fase analítica se obtuvo información detallada mediante las fichas de observación las cuales se clasificaron en 3 principales áreas; en la primera ficha de historia se hizo referencia a lugares representativos que han tenido repercusión histórica durante el tiempo de existencia del cantón Cascales, en la segunda ficha de cultura se contó con elementos que han sido parte de las formas de expresión de los habitantes, como las artesanías, la música, rituales, etc. En la ficha naturaleza se dio importancia principalmente a la flora y fauna de la zona. Para finalizar se realizó una evaluación mediante la técnica de encuesta que se centró en los elementos más representativos del cantón y una encuesta de campaña publicitaria. En la fase ejecutiva se generó una encuesta de elección de marca; para la creación de la propuesta gráfica se obtuvo elementos representativos del cantón. En cuanto a la cromática se estableció en base a la bandera del cantón y su biodiversidad; de la propuesta gráfica se realizó un manual de identidad visual. En conclusión, la marca ciudad generó emociones en la población Cascaleña, esto permitió a las personas sentirse identificadas y reforzó el sentido de pertenencia hacia el cantón. Se recomienda recolectar información para una construcción adecuada de la identidad visual.

Palabras claves: DISEÑO GRÁFICO MARCA IDENTIDAD VISUAL
ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO CASCALES (CANTÓN) .



SUMMARY

The objective of this project was to design a city brand and a graphic positioning strategy for the Cascales town at a national level and thus strengthen local tourism. The purpose of the graphic proposal is to reinforce the town identity through representative elements such as history, culture, and nature that function as the main identifiers, it was analyzed using the Bruce Archer methodology. In the analytical phase, detailed information was obtained through observation sheets, which were classified into three main areas. In the first one about history, some reference was made to represent places that have had historical repercussions during the time of existence of the Cascales town. In the second culture file, some elements have been part of the forms of people's expression like handicrafts, music, and rituals. In the nature file, the flora and fauna of the zone have more importance. Finally, an evaluation was carried out using the survey technique focusing on the most representative elements of the town and an advertising campaign survey. In the executive phase, the survey was generated to select the brand, and to create the graphic proposal some representative elements of the town were chosen. To the color, it was established based on the town's flag and its biodiversity; in the graphic proposal, a visual identity manual was made. In conclusion, the city brand generated emotions in the Cascaleña population allowing people to feel identified and reinforcing the sense of belonging to the town. It is recommended to collect information for an adequate construction of the visual identity.

Keywords: GRAPHIC DESIGN BRAND VISUAL IDENTITY POSITIONING STRATEGIES CASCALES (CANTON)


Lic. Maritza Lucía Larrea Vejar
0603370784

INTRODUCCIÓN

La identidad de una ciudad es vital para su existencia, no solo su identidad conceptual, también su identidad visual, además de diferenciarse con otras ciudades, mejora su reconocimiento en el área turística, mejora su relación con sus ciudadanos e indirectamente progresa socialmente y económicamente. Esta identidad visual debe mostrar los valores y rasgos característicos que la ciudad es. Por eso es necesario una marca, pero también una estrategia de posicionamiento para que sus ciudadanos conozcan el elemento que los representa, además de no solo establecerse en el área turística, también en eventos culturales y sociales; buscando posibles inversores para el desarrollo de la ciudad de Cascales.

A causa de esta necesidad que la ciudad de Cascales presenta, el presente trabajo de titulación tiene como finalidad el: **DISEÑO DE LA MARCA CIUDAD Y POSICIONAMIENTO GRÁFICO DEL CANTÓN CASCALES**; para adoptar una identidad representativa que sus propios ciudadanos aún no conocen, poder presentarse al Ecuador; mejorando indirectamente su área turística y desarrollo económico.

Este trabajo de titulación cuenta con cinco capítulos, empezando por el capítulo I, diagnosticando el problema a enfrentar, sintetizando toda la información del cantón Cascales, identificando los problemas actuales, justificando el proyecto técnico a realizar y proponiendo el objetivo principal y secundarios a cumplir. El capítulo II, consta de la fundamentación teórica, todo sobre el cantón Cascales, su historia, la geografía, su cultura, costumbres, tradiciones, sus lugares representativos, flora y fauna. Además, de fundamentación teórica de los elementos conceptuales que se van a utilizar, marca, tipos de marca, marca ciudad, elementos identificadores y estrategias de posicionamiento. El capítulo III se aborda el marco metodológico, la metodología a usar de Bruce Archer, su fase analítica, con fichas de observación, encuestas, su fase creativa y de ejecución; materializando lo propuesto, su marca, el manual de la marca y posicionamiento. Finalmente, las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes

La historia ha sido marcada por sucesos importantes, así como identidades que han perdurado a través del tiempo; identidades que hacen a una persona, objeto o sociedad únicas que se diferencian de los demás. Civilizaciones antiguas que realizaron señales y símbolos gráficos que identifican sus pensamientos e ideales religiosos; que se han convertido en tradiciones.

Actualmente, las ciudades tienen la necesidad de identificarse con lo que representan; iniciando desde su ecosistema, costumbres, tradiciones, gastronomía, arquitectura y dogmas religiosos o sociales; lo que ha generado que lo hagan por medio de una marca. Denominada como marca ciudad, es un factor muy importante para la localidad que esta representa, añade un valor para pueda generar interés en sus habitantes y demás personas no pertenecientes al lugar; ayudando a fortalecer ámbitos económicos, sociales y culturales.

El cantón Cascales, perteneciente a la provincia de Sucumbíos, cuenta con una gran biodiversidad que necesita ser comunicada, contando con 11.104 habitantes, entre ellos nacionalidades Kichwa, Cofán y Shuar; componen las costumbres y tradiciones que caracterizan al cantón. Un territorio de 1.248 km² rico en diversidad de flora y fauna auténtica de su ecosistema, ha sido un punto fuerte para el turismo, tanto así que han aumentado el número de habitantes dedicados a la silvicultura, ayudando a la conservación de un ecosistema sostenible. Para resaltar y conservar todo lo que representa el cantón Cascales es necesario la comunicación a través de una marca que la represente, muchas ciudades con un patrimonio único quedan en los libros de historia por no conocer sobre el lugar.

También es necesario las estrategias de posicionamiento para la marca ciudad, así como su gestión; estas, han sido fundamentadas intrínsecamente en su economía, política y todos los medios directos o indirectos que forman parte de la localidad. Con esto se espera lograr un aumento en el campo turístico, dar una imagen positiva a sus habitantes y buscar inversores para proyectos que fortalezcan el desarrollo de la ciudad.

En Ecuador ya hay precedentes actuales de esta iniciativa del desarrollo de la marca ciudad, las situaciones económicas y sociales han forzado a las ciudades a fortalecer su identidad como

ciudad; la importancia del término marca ciudad se da en 2010 con la marca país “Ecuador ama la vida”, donde se planteó el concepto de identidad y biodiversidad como país.

Si bien los términos país y ciudad son totalmente diferentes; ambos se basan en una estructura social. A pesar de ser una marca paraguas, la marca del país aportó significativamente en la imagen que se percibió tanto en sus ciudadanos, como en la comunidad internacional; nuevos inversores llegaron al país, el turismo aumentó considerablemente, entre otros beneficios que fortaleció la identidad del Ecuador; todo dirigido con una estrategia de posicionamiento. (Garrido & Toapanta, 2020, p.02).

1.2. Problematicación

El Cantón Cascales, cuenta con una gran cultura propia y biodiversidad en su ecosistema; que hace que sea un lugar significativo e importante; pero no es reconocido en el Ecuador, mucho menos internacionalmente; la carencia de una identidad que se puede comunicar visualmente es uno de los principales problemas del cantón. Como consecuencia se ha generado un turismo de la ciudad débil, generando factores secundarios como problemas sociales, económicos y migratorios.

La falta de pertenencia por parte de los ciudadanos también ha generado un desinterés en la localidad, provocando migraciones a otras ciudades a falta de empleo y oportunidades; mucho más aún por los acontecimientos generados por la pandemia recientemente. La percepción que se tiene de una ciudad es vital para su desarrollo, no solo para sus propios habitantes; también para los extranjeros; por eso es necesario la creación de la marca ciudad del cantón; para comunicar esa identidad a sus habitantes y posicionarse; darse a conocer al mundo; generando factores positivos para la ciudad, como inversiones, aumento del turismo, aumento de fuentes de empleo y otros.

1.3. Justificación

La riqueza cultural y biodiversidad que posee el cantón Cascales es muy importante para el Ecuador; la conservación de un ecosistema, cultura y tradiciones son factores relevantes para el desarrollo del país y para el cantón mismo. Este proyecto tiene como fin establecer un identificador visual para el cantón Cascales, satisfaciendo la carencia que se planteó en la problemática; una marca ciudad con la que se pueda identificar, contando los elementos gráficos más representativos de su cultura, tradiciones y biodiversidad de su ecosistema.

Además, de la promoción de la marca ciudad con una debida gestión de la misma para no descuidar su uso con el paso del tiempo, también se busca solucionar problemas secundarios, como el fortalecimiento su desarrollo económico en el turismo y a su vez conservarlo.

El aporte de este proyecto para la escuela de diseño gráfico perteneciente a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, es el conocimiento en las nuevas adaptaciones y valor de las marcas ciudades, su correcto uso, su posicionamiento y su debida gestión de la misma. Evidenciando los conocimientos adquiridos en la institución a las nuevas demandas gráficas que se presentan actualmente, finalmente la importancia que el diseñador gráfico puede dar soluciones gráficas a un problema, en este caso un problema de identidad, solucionando problemas indirectamente que tiene la ciudad y, sobre todo, que puede aportar a la conservación de tradiciones, cultura y el ecosistema por medio de elementos gráficos.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Diseñar la marca ciudad y estrategia de posicionamiento gráfico del cantón Cascales a nivel nacional para el fortalecimiento del turismo local.

1.4.2. Objetivos específicos

-) Recopilar información de los elementos más representativos de la historia, cultura y naturaleza del cantón Cascales.

-) Realizar una propuesta de marca conceptual y marca gráfica del cantón, como elementos identificadores principales para el posicionamiento gráfico.

-) Diseñar una estrategia de posicionamiento del cantón Cascales a través de un sistema gráfico que promueva el turismo local.

CAPÍTULO II

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. Cantón Cascales

2.1.1. Historia del cantón Cascales

Cascales, con su cabecera cantonal “El Dorado de Cascales”, está ubicado al noreste de la provincia de Sucumbíos y al norte con la frontera de Colombia. Se encuentra en una de las zonas húmedo-tropical. Su población es de 11.104 habitantes, y la superficie es de 1.248 km².

MAPA POLÍTICO DEL CANTÓN CASCALES



Figura 1-2: Mapa político del cantón Cascales

Fuente: GAD Municipal de Cascales

La historia del cantón Cascales empieza con el auge de la explotación petrolera por parte de Texaco, con varios grupos de familias que buscaban un trabajo en estas empresas petrolíferas, entre estas familias se encontraban las familias de Alcides Albán y José Robles: juntos trabajaron en la construcción de los depósitos de tubería cerca del río Cascadas en 1970. Más tarde, ese mismo año Alcides Albán y José Robles fundan la cooperativa Río Cascales, referenciando al río que estaba cerca donde empezaron a trabajar. Un acuerdo entre la compañía William Brothers y la cooperativa Río Cascales consistía en disponer un espacio físico para almacenar tubería en 10 hectáreas de terreno, las mismas hectáreas que fueron otorgadas por dos cooperativas, Río Cascales y Flor del Oriente; con la condición que la compañía dejara las hectáreas de terreno en

óptimas condiciones. La compañía William Brothers no cumplió el acuerdo e indemnizó a las comunidades, estas comunidades invirtieron en infraestructura, como una iglesia, una escuela y un centro de salud.

En 1972 las comunidades reciben 10000 sucres por parte del Municipio de Sucumbíos para completar las construcciones. El 20 de noviembre de 1978 el Ministerio de Gobierno por medio de un acuerdo ministerial se crea la parroquia Cascales como parte de Sucumbíos; posteriormente en 1980 un intento de cantonización para la parroquia falla por las disputas entre Lumbaquí y Cascales por la cantonización, en los años siguientes hay problemas por la determinación de quién es el cantón principal; mucha infraestructura de construcción se prioriza en Lumbaquí por cuatro años y ninguna en Cascales lo que genera más conflictos entre estas parroquias. Finalmente, el 2 de agosto de 1990 el cantón Gonzalo Pizarro que contenía a Cascales y a las demás parroquias es dividido en dos cantones, una para Cascales y la otra para las demás parroquias; consiguiendo la cantonización.

El Cantón se encuentra dividido en tres parroquias una urbana, Dorado de Cascales en donde se encuentra uno de los lugares religiosos de la Zona, que es la iglesia central y el campanario de dicha iglesia resulta ser una edificación atractiva de carácter histórico y muy importante para sus habitantes; y dos rurales Sevilla y Santa Rosa de Sucumbíos. Su valor hidrográfico en general está atravesado por innumerables ríos, al norte tenemos al río San miguel navegable desde el río Bermejo hasta la desembocadura del río Putumayo, en el centro de Cascales se encuentra el río Aguarico, Loro Yacu, Duvino, Taruka, entre otros son ríos de menor caudal.

2.1.2. Límites

El cantón Cascales limita al norte con la frontera de Colombia, al sur se encuentra la provincia de Orellana, al este con el cantón Lago Agrio, al oeste cantones como Sucumbíos y Gonzalo Pizarro.

2.1.3. Clima

El cantón Cascales presenta un clima que va desde templado húmedo en su parte alta, atravesado por la cordillera de Bermejo pasando a un tropical lluvioso en la región amazónica con temperaturas que oscilan entre los 25°C. También encontramos temperaturas más bajas en la cordillera de Bermejo que van desde 16 a 20° C por mayor presencia de lluvias en estas zonas.

2.1.4. *Arte y Cultura*

El arte y cultura del cantón Cascales es constituida e influenciada por su diversidad étnica entre nacionalidades Kichwa, Cofán y Shuar; unificando todas las ideologías de estas nacionalidades. El arte siempre este arraigado a la naturaleza e ideales culturales, representados en artesanías como collares, canastas, objetos decorativos y vasijas.

La pintura es muy llamativa por representar escenarios del habitat natural del cantón, artistas locales como Carlos Morales trata de resaltar la belleza natural que el cantón puede ofrecer. En cuanto a la música ancestral las nacionalidades Kichwa, Cofán y Shuar utilizan instrumentos improvisados, las cuales son producidos con materias primas que se encuentran en el lugar, aún se instruye en generaciones jóvenes para no perder la música ancestral, así como la producción de los instrumentos nativos; entre los instrumentos más comunes tenemos tambores, surupanga, el pingullo, flauta e instrumentos más contemporáneos como guitarras, violines o maracas.



Figura 2-2: Expo-feria de artesanías
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

La cultura es muy diversa en el cantón Cascales, lo más representativo son las manifestaciones ancestrales, gastronómicas e ideologías religiosas propias de sus nacionalidades. Conocimientos sobre herbología, permiten a los habitantes conocer las plantas nativas que son adecuadas para ciertas enfermedades, sus creencias religiosas además de ser influenciadas por el cristianismo y el catolicismo, perduran las creencias panteístas sobre la naturaleza, respetando y venerándola por medio de costumbre o tradiciones a favor de esta. La gastronomía como en el resto de la Amazonía ecuatoriana contiene alimentos típicos como el maito de pescado o el chontacuro, ofrece otros alimentos de las nacionalidades Kichwa o Cofán.

2.1.5. Costumbres

Las costumbres se las puede apreciar en la vida cotidiana de los habitantes de Cascales y más en las comunidades. La pesca y la agricultura son las costumbres más presentes, que también está acompañada con las actividades turísticas. En las comunidades sus actividades se ven relacionadas con sus tradiciones, cada nacionalidad Kichwa, Cofán y Shuar, acorde a sus propios conocimientos, realizan artesanías o adornos con semillas nativas del lugar. Las costumbres en la gastronomía también dependen de la nacionalidad, bebidas o alimentos que se consumen en las distintas horas del día son parte de Cascales.



Figura 3-2: Toma de Guayusa
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

2.1.6. Tradiciones

Cascales celebra año tras año sus fiestas de cantonización, desde fines de julio hasta el 2 de agosto, con los actos de mayor importancia que son: la expo feria agropecuaria turística y artesanal, la elección y coronación de la reina del cantón, comparsas y desfiles con contenido de expresiones culturales. El carnaval en Cascales también es otro evento significativo para el cantón, con la cultura y tradición de Bolívar expresada cada año con actos culturales, desarrollado en un ambiente pacífico y cálido. Entre los actos más destacados en la celebración del festival son: comparsas y carros alegóricos, también elección de la reina de carnaval, coplas carnavaleras y comidas típicas.



Figura 4-2: Encuentro Cultural
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

2.1.7. Lugares representativos del cantón

Al contar con mucha diversidad de flora y fauna, lugar donde se sitúan nacionalidades como: Kichwa, Cofán y shuar; son muchos los lugares con atractivos turísticos importantes, entre los lugares más significativos están la cascada de bermejo, la laguna Pastaza, la cascada celosa, la laguna morete cocha y otras lagunas admirables por su ecosistema. También centros comunitarios como Shayari, perteneciente a la nacionalidad Kichwa. Puente Colgante Toni el suizo para aquellos amantes del vértigo.

Cascada Celosa

Ubicado en la comunidad Taruka, a menos de un kilómetro del Cantón Cascales, en su trayecto se puede apreciar la gran biodiversidad que esta posee hasta llegar a las aguas cristalinas, la cascada mide 30 metros de alto y es apta para quienes quieran practicar cayoning. Considera lugar sagrado para la cultura Shuar, es donde se practica rituales de sanación por parte de los shamanes.



Figura 5-2: Cascada la Celosa
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

Cascada Bermejo

Ubicada en el sector Bermejo a 17 kilómetros desde el marquen izquierdo de la vía Quito- Lago Agrio. Cuenta con 20 metros de altitud, 4 metros de ancho y 1.5m de profundidad. Rodeada de una majestuosa vegetación, en la cual se puede realizar actividades como: camping, fotografía de la naturaleza del lugar, natación en sus aguas frías, avistamientos de aves entre otros.



Figura 6-2: Cascada Bermejo
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

Laguna Pastaza

Ubicada en el sector sur del Cantón a 45 minutos, el ingreso se realiza atravesando el puente colgante “Toni el Suizo”. La laguna tiene 1000 metros de largo y 170 de ancho, sus aguas oscuras habitan de conchas, peces y algas, rodeada de una maravillosa vegetación. Las actividades que se puede realizar en esta zona son: canotaje, observación de aves, fotografía del exuberante paisaje y pesca deportiva.



Figura 7-2: Encuentro Cultural
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

Laguna Morete Cocha

Ubicada en la comunidad Pastaza a 5 minutos en vehículo vía Cofán Duvuno, para el ingreso a la laguna se realiza un recorrido por el sendero de 45 minutos margen derecho. Cuenta con una biodiversidad rica en flora y fauna, entre las actividades a realizar tenemos: paseo en canoa, fotografía, pesca deportiva, avistamiento de aves etc.



Figura 8-2: Morete Cocha
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

Puente colgante "Toni el Suizo"

Ubicado a 10 minutos del Cantón en la comunidad San José de Aguarico, construido en 1985 por un extranjero de nacionalidad suizo Toni Rüttimanny por esta la razón de su nombre. Un lugar muy visitado donde se puede realizar actividades como: natación, recreación en el rio, deporte, picnic, motonáutica entre otros.



Figura 9-2: Puente colgante “Toni el Suizo”
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021

Centro turístico comunitario Shayari

Ubicado en el sector sur del cantón, su ingreso se realiza por el puente colgante Toni el Suizo a 40 minutos. Es un atractivo turístico donde se puede aprender costumbres y tradiciones de su nacionalidad. Esta comunidad ofrece hospedaje en cabañas típicas de la localidad, el área de Shayari es de 500 hectáreas donde se encuentra lagunas y cascadas, senderos que pueden ser explorados por los turistas por medio de la naturaleza. Dentro de la zona también hay un centro de rescate y conservación de animales nativo; un área muy llamativa para apreciar la fauna.



Figura 10-2: Centro turístico Shayari
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021

2.1.8. Flora

En el Cantón Cascales y otros cantones de Sucumbíos se puede observar una gran diversidad de especies de plantas que reflejan el perfecto estado de conservación de bosques del lugar, entre las especies de plantas más representativas de la zona están:

Orquídeas

Estas plantas pertenecen a la familia de las monocotiledóneas, y se las puede distinguir por la complejidad de formas que adoptan sus flores, tienen muchos usos comerciales, por lo que se les considera plantas representativas no solo de la zona sino de todo el país, las orquídeas silvestres están protegidas y no se les puede dar un uso comercial.



Figura 11-2: Orquídeas
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021

Platanillos

Los platanillos son una especie de plantas que pertenecen al género Heliconia y se caracterizan por su diversidad de colores, en esta planta las brácteas son de color rojo y la flor en su interior es de color amarillo, muchas se caracterizan por presentar adaptaciones que facilitan la llegada de agentes polinizadores.



Figura 12-2: Platanillos
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021

Cedro

Es una especie de planta maderable, posee un gran tamaño, llegando a medir hasta los cuarenta metros de altura y puede llegar a vivir cientos de años por lo que es considerado un árbol milenario. Para la zona esta especie es de vital importancia porque existe un bosque lleno de estos árboles.



Figura 13-2: Cedro

Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

Guayusa

La guayusa es una especie de planta endémica de la región amazónica del Ecuador. Ha sido utilizada por las comunidades de manera milenaria como un energizante natural debido al alto contenido de antioxidantes y cafeína que posee.



Figura 14-2: Guayusa

Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

2.1.9. Fauna

Gralaria Bicolor

Es una especie de ave pequeña que se encuentra únicamente en la región norte de Ecuador y en la zona sur de Colombia, es un ave poco común de ver, y es un verdadero privilegio para quienes pueden apreciarla de cerca.



Figura 15-2: Gralaria Bicolor
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021

Oso de anteojos

También conocido como oso andino u oso achupallero, es la única especie de oso que habita en Sudamérica, vive en los andes y en ciertas zonas del oriente ecuatoriano, es considerado una especie emblema.



Figura 16-2: Oso de anteojos
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021

Boa

Es una serpiente perteneciente a la familia de Boidae, no es venenosa a comparación de otras serpientes, se caracteriza por ser una de las más grandes de su especie, midiendo alrededor de 5m y pesando unos 70 kilogramos. Se alimenta principalmente de roedores, pero también se ha sabido que se alimenta incluso de ciervos.



Figura 17-2: Boa
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

Jaguar

El jaguar uno de los felinos más grandes del mundo, solamente por detrás del tigre y el león, son muy importantes en el equilibrio de su ecosistema debido a que son los depredadores que destacan en la cadena alimenticia.



Figura 18-2: Jaguar
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

2.2. Diseño Gráfico

2.2.1. Marca

La Marca es la identidad con la cual se puede reconocer a una empresa, producto o servicio; además de funcionar como una huella diferenciadora con las demás marcas. Estas a su vez, presentan características gráficas relacionadas con el tipo de labor que ejerce la entidad, con fines comerciales o no. (Costa, 2018, p.365)

2.2.1.1. Elementos de una marca

Una marca posee elementos que la componen como tal, los elementos empiezan con el concepto de la marca, definir la idea que se quiere transmitir con la marca debe estar respaldada con la misión y visión de la empresa, posteriormente el nombre-tipografía definen el nombre de la marca, esta debe tener la relación con la tipografía; la legibilidad es muy importante para que la marca sea inteligible. El color es otro elemento importante; cada color expresa un sentimiento y emoción diferente; otro elemento complementario a considerar es el target de la empresa, este público objetivo establece la efectividad de la marca, muestra el punto de partida con el cual la empresa enfoca el mensaje a comunicar.

2.2.1.2. Clasificación de una marca

a) Marcas nominativas

Las marcas nominativas o logotipo, se caracterizan por ser puramente una frase, palabra o expresión. Principalmente no están sujetas a ningún tipo de fuente preestablecida y sin acompañamiento de elementos gráficos; pueden ser personalizadas con rasgos característicos, como la marca de Coca-Cola.



Figura 19-2: Marca Coca-Cola
Fuente: The Coca-Cola Company

b) Marcas figurativas

Conocido como isotipo, es la evocación gráfica de cualquier signo o símbolo, este tipo de marca no presenta ninguna expresión textual, frase, palabra o letra. Un ejemplo es la marca de Apple, donde su forma es conocida por el público.



Figura 20-2: Marca Apple
Fuente: Apple, Inc.

c) Marcas mixtas

Es la unión de las marcas nominativas y figurativas; poseen elementos gráficos y textuales; en diversas situaciones se requieren este tipo de marcas.



Figura 21-2: Marca Nike
Fuente: Nike, Inc.

d) Marcas tridimensionales

El signo representa un cuerpo que ocupa las tres dimensiones del espacio (alto, ancho y profundo) que puede ser perceptible por el sentido del tacto o de la vista, Esto significa que tiene volumen porque ocupa espacio por sí solo. (Cortázar, 2014, p.10)



Figura 22-2: Marca Tiffany&Co
Fuente: Tiffany&Co

e) Marcas sonoras

Un sonido particular se vuelve en la identidad de la empresa, refuerza los otros tipos de marcas, generalmente se las utilizan cuando se las transmite por medios digitales; puede estar compuesta por una o varias notas musicales.



Figura 23-2: Marca Netflix
Fuente: Netflix

2.2.2. Marca ciudad

Marca de la ciudad es un concepto utilizado por muchas ciudades del mundo como parte de su identidad local, a través del cual se comunica un concepto para que los turistas diferencien los productos turísticos de otras ciudades y otros factores de mercado. (Carrillo &Carola, 2019, p.78)

2.2.1.3. Importancia de una marca ciudad

Una ciudad tiene la necesidad de identificar su identidad para ser diferenciada de las demás, la importancia radica en el valor adicional que aporta para la ciudad, teniendo en cuenta que esta marca es el reflejo de la ciudad, debe poseer todo los rasgos y elementos identificadores que la representan. Empezando con un aumento del sentimiento de pertinencia por parte de los habitantes de la ciudad; la marca ciudad aumenta el flujo económico del turismo, más aún si en la marca ciudad está construida con elementos únicos de la localidad. Las posibles inversiones también se ven afectadas por la imagen de la ciudad.

2.2.1.4. Características de una marca ciudad

El reconocimiento de una marca ciudad es identificarla por medio de sus características, por lo general casi siempre las marcas ciudades llevan el nombre propio o seudónimo; pero también la mayoría lleva rasgos o elementos gráficos que caracterizan a la ciudad. Por ejemplo, una la marca de una ciudad que su principal fuente de desarrollo es la exportación de flores, su marca se caracterizará con rasgos o elementos de una flor; esto permitirá reconocer inmediatamente a la ciudad por parte de los turistas los clientes de dichas exportaciones. Es muy importante definir estas características en la marca ciudad para transmitir correctamente el mensaje.

2.2.2. Elementos identificadores

Para poder identificar un lugar, las personas observan elementos que caracterizan ese lugar, como la flora, fauna, objetos de cierta forma o color; también se aplica en ideas o conceptos, los elementos identificadores también los encontramos en la señalética o marcas que las podemos reconocer inmediatamente por estos elementos identificadores; estos elementos deben ser claros y fáciles reconocer; además de tener coherencia con lo que se quiera identificar. Los elementos identificadores están presentes en todas partes, ayudan a la comunicación y transmisión de información; en las marcas también se cumple la misma ley que en los otros ámbitos de la vida cotidiana.

2.2.3. Estrategias de posicionamiento

Hace referencia a un posicionamiento de la marca como identidad en el mercado existente, a diferencia del posicionamiento comercial, el posicionamiento gráfico busca ser reconocido por sus elementos gráficos e imagen; se lo realiza por diversas estrategias de posicionamiento establecidas en el área del marketing. Las estrategias de posicionamiento van de acuerdo al presupuesto y al público al cuál va dirigido el mensaje; entre las más usadas por su bajo presupuesto y gran alcance es el marketing digital; el mensaje del producto o servicio se lo realiza por medios digitales segmentados del target de la empresa, como blogs, redes sociales, foros, entre otros.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Metodología de Bruce Archer

“El método sistemático para diseñadores” publicado entre 1963 y 1964 por la revista inglesa “Desing” fue desarrollado por Bruce Archer, quién propone a manera de definición, elegir los materiales más aptos para darles forma y de esta manera satisfacer las necesidades tanto funcionales como estéticas teniendo en cuenta las limitaciones que puede existir en los medios de producción del diseño final.

Esta metodología se divide en 3 fases: analítica, creativa y ejecutiva. Dentro de la fase analítica se recopilará toda la información necesaria que servirá para el desarrollo del proyecto. En la fase creativa, después de haber recopilado toda la información pertinente, se dará inicio a la exposición de ideas que al organizarlas, analizarlas y sintetizarlas permiten plantear una “Idea Base” que será el punto de partida para dar solución al problema. La última fase consiste en la ejecución, es donde se elaborará la propuesta gráfica final y sus respectivas aplicaciones.

3.1.1. Fase Analítica

3.1.1.1. Recopilación de datos

Se compilará toda la información necesaria que nos facilitará al momento del desarrollo de nuestro trabajo. El objetivo se enfocará en realizar una selección de los elementos más representativos del Cantón Cascales en tres principales áreas: Historia, Cultura y Naturaleza. En el ámbito de Historia se hará referencia principalmente a lugares representativos del Cantón que han tenido repercusión histórica durante el tiempo de existencia de Cascales, en el apartado de Cultura se contará con elementos que han sido parte de las formas de expresión de los habitantes, como las artesanías, la música, rituales, etc. Por último, en Naturaleza se dará importancia principalmente a la Flora y Fauna de la zona.

3.1.1.2. Ordenamiento

Luego de recopilar toda la información se usará la técnica de la observación, en este caso a través de fichas que serán útiles para organizar y clasificar todos los elementos más representativos del

Cantón Cascales, que incluyen los objetos más importantes de la cultura local, los animales propios de la zona, y los lugares turísticos más característicos. Posteriormente a través de la técnica de la encuesta que se realizará a una muestra de población del cantón Cascales como parte del público objetivo del proyecto se destacarán los elementos más representativos de la zona, que podrán ser parte de la propuesta final de marca.

Tabla 1-3: Ficha de Observación 1.3

FICHA DE OBSERVACIÓN 1.3 (HISTORIA)		
Objetivo: Identificar los elementos más representativos de la Historia del Cantón Cascales.		
Nombre	Elemento	Descripción

Realizado por: Cerda Lina, Taipe Jefferson, 2021.

Tabla 2-3: Ficha de Observación 2.3

FICHA DE OBSERVACIÓN 2.3 (CULTURA)		
Objetivo: Identificar los elementos más representativos de la Cultura del Cantón Cascales.		
Nombre	Elemento	Descripción

Realizado por: Cerda Lina, Taipe Jefferson, 2021.

Tabla 3-3: Ficha de Observación 3.3

FICHA DE OBSERVACIÓN 2.3 (NATURALEZA)		
Objetivo: Identificar los elementos más representativos de la Naturaleza del Cantón Cascales.		
Nombre	Elemento	Descripción

Realizado por: Cerda Lina, Taipe Jefferson, 2021.

3.1.1.3. Evaluación

Luego de haber organizado y clasificado los elementos más importantes del Cantón Cascales en fichas de observación, se procederá a realizar una evaluación a través de la técnica de la encuesta que se realizará a una muestra de población del cantón que corresponderá a un focus group de veinte personas que conozcan acerca de los tres aspectos anteriormente mencionados, Historia, Cultura y Naturaleza. Con los resultados obtenidos en la encuesta se destacarán tres de los elementos más representativos de la zona, uno por cada ficha de observación, que podrán ser parte de la propuesta final de marca.

Tabla 4-3: Encuesta elección de elementos representativos de la Historia del Cantón Cascales.

ENCUESTA DE ELECCIÓN DE ELEMENTOS REPRESENTATIVOS DE LA HISTORIA DEL CANTÓN CASCALES				
Objetivo: Seleccionar los elementos más representativos de la Historia del Cantón Cascales que serán aptos para aplicarlos en un identificador gráfico				
1. De los elementos presentados en la Ficha de Observación (HISTORIA) ¿Cuál considera usted que es el más representativo del Cantón Cascales?				
Elemento 1.	Elemento 2.	Elemento 3.	Elemento 4.	Elemento 5.
2. ¿Al elemento escogido anteriormente, lo ha visto en alguna otra marca gráfica?				
SI___ NO___. ¿De haber respondido SI indique en cuál? _____				
3. ¿Qué significa para usted el elemento histórico escogido? (en relación al Cantón)				
4. ¿Existe para usted otro elemento representativo del Cantón Cascales que no se encuentre en la ficha de observación que sea importante destacar?				
SI___ NO___. En caso de que su respuesta sea SI, especificar el elemento. _____				

Realizado por: Cerda Lina, Taipe Jefferson, 2021.

Tabla 5-3: Encuesta elección de elementos representativos de la Cultura del Cantón Cascales.

ENCUESTA DE ELECCIÓN DE ELEMENTOS REPRESENTATIVOS DE LA CULTURA DEL CANTÓN CASCALES				
Objetivo: Seleccionar los elementos más representativos de la Historia del Cantón Cascales que serán aptos para aplicarlos en un identificador gráfico				
1. De los elementos presentados en la Ficha de Observación (CULTURA) ¿Cuál considera usted que es el más representativo del Cantón Cascales?				
Elemento 1.	Elemento 2.	Elemento 3.	Elemento 4.	Elemento 5.
2. ¿Al elemento escogido anteriormente, lo ha visto en alguna otra marca gráfica?				
SI___ NO___. ¿De haber respondido SI indique en cuál? _____				
3. ¿Qué significa para usted el elemento cultural escogido? (en relación al Cantón)				
4. ¿Existe para usted otro elemento representativo del Cantón Cascales que no se encuentre en la ficha de observación que sea importante destacar?				
SI___ NO___. En caso de que su respuesta sea SI, especificar el elemento. _____				

Realizado por: Cerda Lina, Taipe Jefferson, 2021.

Tabla 6-3: Encuesta de elección de elementos representativos de Flora y Fauna de Cascales.

ENCUESTA DE ELECCIÓN DE ELEMENTOS REPRESENTATIVOS DE LA NATURALEZA DEL CANTÓN CASCALES					
Objetivo: Seleccionar los elementos más representativos de la Naturaleza del Cantón Cascales que serán aptos para aplicarlos en un identificador gráfico					
1. De los elementos presentados en la Ficha de Observación (Naturaleza) ¿Cuál considera usted que es el más representativo del Cantón Cascales?					
FLORA.		Elemento 1.	Elemento 2.	Elemento 3.	Elemento 4.
FAUNA.		Elemento 1.	Elemento 2.	Elemento 3.	Elemento 4.
2. ¿A alguno de los elementos escogidos anteriormente, lo ha visto en alguna otra marca gráfica?					
SI___ NO___ ¿De haber respondido SI indique en cuál? _____					
3. ¿Qué significa para usted el elemento de Flora escogido? (en relación al Cantón)					
4. ¿Qué significa para usted el elemento de Fauna escogido? (en relación al Cantón)					
5. ¿Existe para usted otro elemento representativo del Cantón Cascales que no se encuentre en las fichas de observación que sea importante destacar?					
SI___ NO___ En caso de que su respuesta sea SI, especificar el elemento. _____					

Realizado por: Cerda Lina, Taípe Jefferson, 2021.

Tabla 7-3: Encuesta elección de los elementos representativos de Atractivos Naturales del Cantón Cascales.

ENCUESTA DE ELECCIÓN DE ELEMENTOS REPRESENTATIVOS DE LOS ATRACTIVOS NATURALES DEL CANTÓN CASCALES				
Objetivo: Seleccionar los elementos más representativos de la Historia del Cantón Cascales que serán aptos para aplicarlos en un identificador gráfico				
1. De los elementos presentados en la Ficha de Observación (Naturaleza) dentro del apartado de Atractivos Naturales ¿Cuál considera usted que es el más representativo del Cantón Cascales?				
Elemento 1.	Elemento 2.	Elemento 3.	Elemento 4.	Elemento 5.
2. ¿Al elemento escogido anteriormente, lo ha visto en alguna otra marca gráfica?				
SI___ NO___				
¿De haber respondido indique en cuál? _____				
3. ¿Qué significa para usted el elemento cultural escogido? (en relación al Cantón)				

4. ¿Existe para usted otro elemento representativo del Cantón Cascales que no se encuentre en la ficha de observación que sea importante destacar?

SI___ NO___ . En caso de que su respuesta sea SI, especificar el elemento. _____

Realizado por: Cerda Lina, Taipe Jefferson, 2021.

Tabla 8-3: Encuesta de la campaña publicitaria para promover el desarrollo del turismo del Cantón Cascales.

ENCUESTA DE CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA PROMOVER EL TURISMO DEL CANTÓN
Objetivo: Establecer los medios adecuados para el posicionamiento de la marca de Cascales.
1. ¿Considera usted que la marca es adecuada para promocionar al cantón?
SI___ NO___
2. ¿Usted está de acuerdo con la realización de campañas publicitarias que den a conocer los atractivos turísticos del cantón?
SI___ NO___
3. ¿Considera que las campañas publicitarias atraen turistas a visitar el Cantón Cascales?
SI___ NO___
4. ¿Considera usted que el medio de comunicación más adecuado para promocionar el turismo local sea a través de redes sociales?
SI___ NO___
5. ¿Considera usted que las imágenes y videos son los medios adecuados para el posicionamiento de la imagen del Cantón?
SI___ NO___
6. ¿Considera usted que la realización de las propuestas graficas son idóneas para dar a conocer los sitios más destacados del Cantón?
SI___ NO___

Realizado por: Cerda Lina, Taipe Jefferson, 2021.

3.1.2. Fase Creativa

3.1.2.1. Toma de Partida

Una vez aplicada la encuesta a la muestra de la población del Cantón Cascales se realizará una síntesis de los resultados obtenidos con el fin de determinar los elementos más representativos de la zona, este aspecto es de suma importancia porque es el punto de partida para la realización de las posibles propuestas de marca.

3.1.2.2. Análisis

Se realizará un análisis de la información estableciendo pautas que permitan generar ideas de posibles soluciones en la generación de las propuestas de marca, partiendo siempre de datos concretos y concisos obtenidos de manera bibliográficas y organizadas y clasificadas a través de distintas técnicas, también en este punto se establecerá desde el punto del diseño gráfico cuales de estos elementos son factibles de usarlos por su adaptabilidad gráfica, y cuáles de ellos pueden ser destacados porque no cumplen con las características necesarias para formar parte de la marca Ciudad de Cascales.

3.1.2.3. Formalización de Idea

Teniendo toda la información sintetizada y analizada, se establecerá una de todas las ideas generadas que cumpla con todos los parámetros necesarios tanto de funcionalidad como de estética para la construcción de propuestas de marca. Esta idea debe solucionar de manera estricta la problemática planteada en el inicio del presente proyecto.

3.1.3. Fase Ejecutiva

3.1.3.1. Desarrollo

En esta última etapa desarrollaremos propuestas de marca teniendo en cuenta la idea establecida que surgió de la síntesis y análisis de los elementos más representativos del Cantón. Estas propuestas deben dar solución a la problemática y deben cumplir con las características adecuadas de funcionalidad y estética que todo identificador gráfico debe tener para que el público objetivo al cuál va dirigido se sienta identificado con el mismo. Estas propuestas serán sometidas a una encuesta de elección, para determinar la Marca Ciudad definitiva de Cascales

Tabla 9-3: Encuesta de elección de Marca Ciudad de Cascales

ENCUESTA DE ELECCIÓN DE MARCA CIUDAD DE CASCALES
Propuesta de Marca Ciudad del Cantón Cascales que cumpla con características tanto funcionales como estéticas que le otorguen una identidad haciendo uso de elementos representativos propios.
Objetivo: Seleccionar la propuesta de marca más adecuada para el Cantón Cascales
1. ¿Cuál de los siguientes identificadores gráficos le parece más atractivo visualmente? Marca 1. Marca 2. Marca 3. Marca 4. Marca 5.
2. ¿Cuál de los siguientes identificadores gráficos cree usted que representa de mejor manera al Cantón Cascales? Marca 1. Marca 2. Marca 3. Marca 4. Marca 5.
3. ¿Cuál de los siguientes identificadores gráficos cree usted que mantiene una identidad diferencial de otras ciudades del Ecuador y del mundo? Marca 1. Marca 2. Marca 3. Marca 4. Marca 5.
4. ¿Cuál de los siguientes identificadores gráficos cree usted que se adapta de mejor manera las distintas aplicaciones en las que será plasmada? Marca 1. Marca 2. Marca 3. Marca 4. Marca 5.
5. ¿Cuál de los siguientes identificadores gráficos cree usted que cumple con la característica de ser el primer contacto que atraiga a personas extranjeras a visitar el Cantón? Marca 1. Marca 2. Marca 3. Marca 4. Marca 5.

Realizado por: Cerda Lina, Taipe Jefferson, 2021.

3.1.3.2. *Materialización*

Una vez establecida la Marca Ciudad definitiva para Cascales, se desarrolla su respectivo Manual de Identidad Visual, que sirve para establecer parámetros de uso correcto e incorrecto de la marca y con ello desarrollar las aplicaciones correspondientes para poder lograr un posicionamiento gráfico de la Marca del Cantón.

CAPÍTULO IV

4. MARCO DE RESULTADOS

4.1. Fase Analítica



4.1.1. Recopilación de datos

La importancia de la investigación realizada es conocer los elementos más representativos de Historia, Cultura y Naturaleza del Cantón Cascales, misma información que toma lugar en el marco teórico del presente proyecto, que dan pie a la formulación de una idea central con la cual se obtiene uno de todos los elementos recopilados para que sea parte del identificador gráfico del Cantón.

4.1.2. Ordenamiento

En la ficha de Observación se organiza todos los elementos representativos del Cantón Cascales, incluyendo una imagen o fotografía del elemento, su nombre y una breve descripción.





Tabla 1-4: Ficha de Observación Historia 1.4

FICHA DE OBSERVACIÓN 1.4		
Objetivo: Identificar los elementos más representativos de la Historia del Cantón Cascales.		
Nombre	Elemento	Descripción
Fundadores del Cantón Cascales		Alcides Albán y José Robles fundan la cooperativa Río Cascales, referenciando al río que estaba cerca donde empezaron a trabajar.
Toni “El Suizo” Rüttimann		Es un constructor de puentes suizo, que trabaja en el Sudeste Asiático y en América Latina, fue quién construyó el Puente más emblemático de Cascales y que lleva su nombre.

<p>Puente Colgante “Toni el Suizo”</p>		<p>Ubicado a 10 minutos del Cantón en la comunidad San José de Aguarico, construido en 1985 por un extranjero de nacionalidad suizo Toni Rüttimann y por esta la razón de su nombre.</p>
<p>Campanario de la Iglesia Central</p>		<p>La iglesia Central es un lugar sagrado para los cascaleños, y su campanario posee una arquitectura llamativa tanto para propios y extraños.</p>

Realizado por: Cerda Lina, Taípe Jefferson, 2021.





Tabla 2-4: Ficha de Observación Cultura 2.4

<p align="center">FICHA DE OBSERVACIÓN 2.4</p>		
<p>Objetivo: Identificar los elementos más representativos del Cantón Cascales.</p>		
<p>Nombre</p>	<p>Elemento</p>	<p>Descripción</p>
<p>Artesanías</p>		<p>El arte siempre este arraigado a la naturaleza e ideales culturales, representados en artesanías como collares, canastas, objetos decorativos y vasijas.</p>
<p>Pintura Facial</p>		<p>En los rostros se dibujan formas originales ya sea representando animales o solo figuras como círculos o líneas.</p>
<p>Vestimenta</p>		<p>Entre la variedad de vestimenta de las comunidades destacan las plumas de aves, los collares y pulseras hechas con plantas de la zona.</p>
<p>Pintura</p>		<p>La pintura es muy llamativa por representar escenarios del habitat natural del cantón, artistas locales como Carlos Morales trata de resaltar la belleza natural que el cantón.</p>



Instrumentos Musicales		<p>La música es un aspecto muy importante en las culturas de la zona, no solo por ser una representación artística sino también para la realización de ceremonias y rituales, y los instrumentos son la parte principal de esta manifestación</p>
Danza		<p>La danza combina elementos propios de la naturaleza, así como seres mitológicos, su ejecución se da con fines artísticos, pero también culturales.</p>

Realizado por: Cerda Lina, Taípe Jefferson, 2021.

Tabla 3-4: Ficha de Observación Naturaleza 3.4

FICHA DE OBSERVACIÓN 3.4		
Objetivo: Identificar los elementos más representativos del Cantón Cascales.		
Nombre	Elemento	Descripción
FLORA		
Orquídeas		<p>Se las puede distinguir por la complejidad de formas que adoptan sus flores, tienen muchos usos comerciales, por lo que se les considera plantas representativas no solo de la zona sino de todo el país.</p>
Platanillos		<p>Se caracterizan por su diversidad de colores, en esta planta las brácteas son de color rojo y la flor en su interior es de color amarillo</p>
Guayusa		<p>Planta endémica de la región amazónica del Ecuador. Ha sido utilizada de manera milenaria como energizante natural debido al alto contenido de antioxidantes y cafeína que posee.</p>
Cedro		<p>Es una especie de planta maderable, posee un gran tamaño, llegando a medir hasta los cuarenta metros de altura y puede llegar a vivir cientos de años.</p>

FAUNA		
Boa		Se caracteriza por ser una de las más grandes de su especie, midiendo alrededor de 5m.
Jaguar		El jaguar uno de los felinos más grandes del mundo, solamente por detrás del tigre y el león, son muy importantes en el equilibrio de su ecosistema debido a que son los depredadores topes en la cadena alimenticia.
Oso de Anteojos		También conocido como oso andino u oso achupallero, es la única especie de oso que habita en Sudamérica, vive en los andes y en ciertas zonas del oriente ecuatoriano, es considerado una especie emblema.
Gralaria Bicolor		Es un ave poco común de ver, y es un verdadero privilegio para quienes pueden apreciarla de cerca.
ATRATIVIVOS NATURALES		
Cascada Bermejo		Se encuentra rodeada de una majestuosa vegetación, se puede realizar actividades como: camping, fotografía de la flora y fauna del lugar.
Cascada “Celosa”		Ubicado en la comunidad Taruka, a menos de un kilómetro del Cantón Cascales, en su trayecto se puede apreciar la gran biodiversidad que esta posee hasta llegar a las aguas cristalinas de esta cascada.

Laguna “Morete Cocha”		Cuenta con una biodiversidad rica en flora y fauna, entre las actividades a realizar tenemos: paseo en canoa, fotografía, pesca deportiva, avistamiento de aves, etc.
Laguna “Pastaza”		Ubicada en el sector sur del Cantón, el ingreso se realiza atravesando el puente colgante “Toni el Suizo” Sus aguas oscuras habitan de conchas, peces y algas, rodeada de una maravillosa vegetación.

Realizado por: Cerda Lina, Taipe Jefferson, 2021.

4.1.3. Evaluación

En base a las encuestas realizadas al focus group de veinte personas conocedoras de los tres aspectos principales como objetivo de estudio que son Historia, Cultura y Naturaleza se obtuvieron los siguientes resultados:

4.1.3.1. Encuesta de elección de los elementos más representativos propios de la Historia del Cantón Cascales.

a) Pregunta 1

¿De los elementos presentados en la Ficha de Observación (HISTORIA) ¿Cuál considera usted que es el más representativo del Cantón Cascales?

PREGUNTA 1 – ENCUESTA DE ELEMENTOS HISTÓRICOS

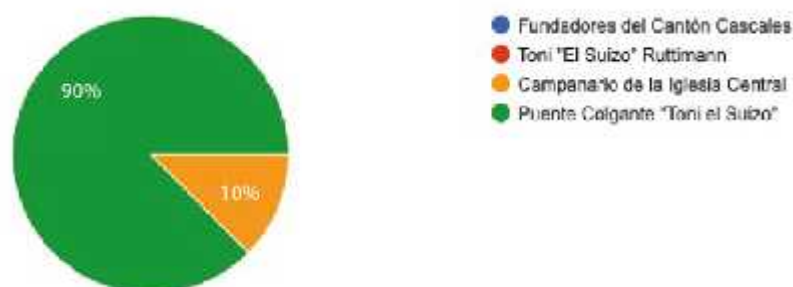


Gráfico 1-4: Pregunta 1. Elección elemento de Historia

Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

Respecto a los elementos históricos más representativos del Cantón Cascales se obtiene un 90% de aprobación al Puente Colgante “Toni el Suizo”, teniendo así que para la población de Cascales este lugar es el más importante históricamente hablando.

b) Pregunta 2

Al elemento escogido anteriormente, ¿Lo ha visto en alguna otra marca gráfica?

De haber respondido "SI" indique cual marca.

PREGUNTA 2 – ENCUESTA DE ELEMENTOS HISTÓRICOS

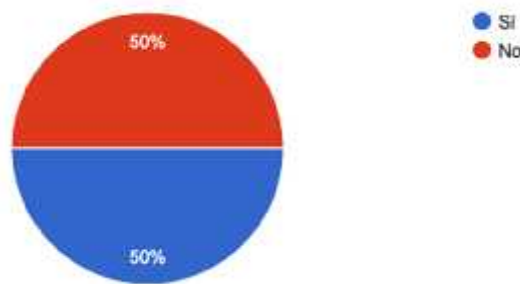


Gráfico 2-4: Pregunta 2. Elección elemento de Historia
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

La mitad de las personas encuestadas manifiestan haber visto el elemento que escogieron en la marca gráfica del GAD Municipal de Cascales, mientras que la otra mitad de los encuestados destacan no haber visto el elemento escogido en alguna otra marca gráfica.

c) Pregunta 3

¿Qué significa para usted el elemento histórico escogido? (en relación al Cantón).

En síntesis, el elemento que han escogido los encuestados que de acuerdo a la pregunta 1 es el Puente Colgante “Toni el Suizo” es un atractivo turístico de gran valor histórico.

d) Pregunta 4

¿Existe para usted otro elemento representativo del Cantón Cascales que no se encuentre en la Ficha de Observación que sea importante destacar?

De haber respondido "SI" indique cual.

PREGUNTA 4 – ENCUESTA DE ELEMENTOS HISTÓRICOS

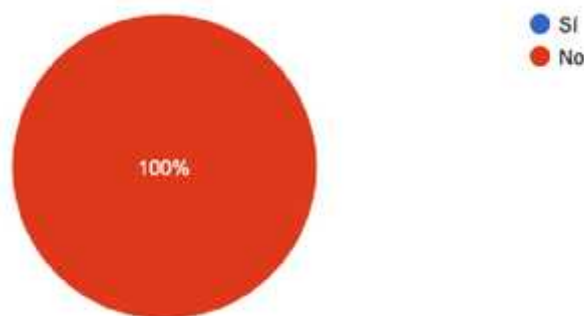


Gráfico 3-4: Pregunta 4. Elección elemento de Historia
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

Todos los encuestados manifiestan que no existe otro elemento representativo histórico.

4.1.3.2. Encuesta de elección de los elementos más representativos propios de la Cultura del Cantón Cascales

a) Pregunta 1

De los elementos presentados en la Ficha de Observación (CULTURA) ¿Cuál considera usted que es el más representativo del Cantón Cascales?

PREGUNTA 1 – ENCUESTA DE ELEMENTOS CULTURALES

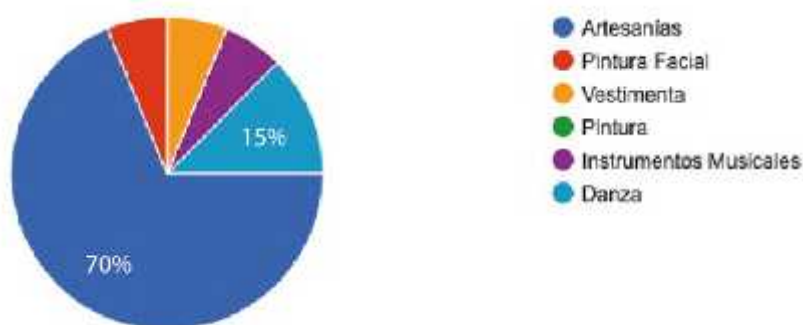


Gráfico 4-4: Pregunta 1. Elección elemento de Cultura
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

El 70% de los encuestados están de acuerdo que las artesanías son los elementos culturales más representativos del Cantón.

b) Pregunta 2

Al elemento escogido anteriormente, ¿Lo ha visto en alguna otra marca gráfica?
De haber respondido "SI" indique cual marca.

PREGUNTA 2 – ENCUESTA DE ELEMENTOS CULTURALES

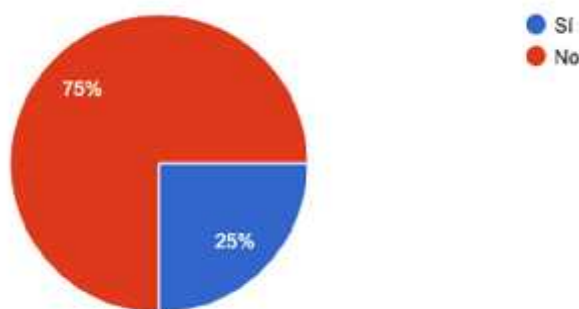


Gráfico 5-4. Pregunta 2: Elección elemento de Cultura
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

El 75% de las personas encuestadas dicen no haber visto el elemento que han escogido en la pregunta 1 en alguna otra marca, pero el 25% restante manifiestan que el elemento está presente principalmente en marcas de la municipalidad del cantón en años anteriores y en la Casa de la Cultura de Sucumbíos.

c) Pregunta 3

¿Qué significa para usted el elemento cultural escogido? (en relación al Cantón).

Realizando una síntesis de las respuestas obtenidas, se obtiene que independientemente del elemento escogido en preguntas anteriores, los encuestados están de acuerdo que cada uno de estos elementos son importantes en la identidad del pueblo.

d) Pregunta 4

¿Existe para usted otro elemento representativo del Cantón Cascales que no se encuentre en la ficha de observación que sea importante destacar? De haber respondido "SI" indique cual.

PREGUNTA 4 – ENCUESTA DE ELEMENTOS CULTURALES

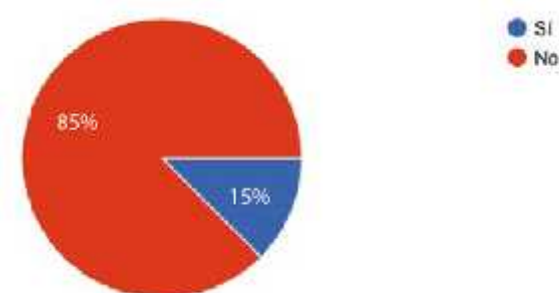


Gráfico 6-4: Pregunta 4: Elección elemento de Cultura
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

El 85% de los encuestados están de acuerdo que no existe otro elemento cultural representativo del Cantón, pero el 15% restante manifiesta que la Gastronomía también es un elemento a tomar en cuenta.

4.1.3.3. *Encuesta de elección de los elementos representativos de la Naturaleza (Flora y Fauna) del Cantón Cascales.*

a) Pregunta 1

De los elementos presentados en la Ficha de Observación (NATURALEZA) apartado "Flora" y apartado "Fauna" ¿Cuál considera usted que es el más representativo del Cantón Cascales?

PREGUNTA 1.1 – ENCUESTA DE ELEMENTOS NATURALES (FLORA Y FAUNA)

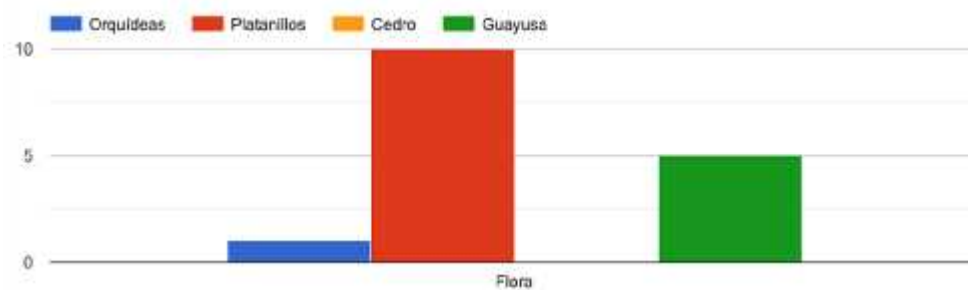


Gráfico 7-4: Pregunta 1. Elección elemento de Naturaleza – Flora
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

PREGUNTA 1.2 – ENCUESTA DE ELEMENTOS NATURALES (FLORA Y FAUNA)

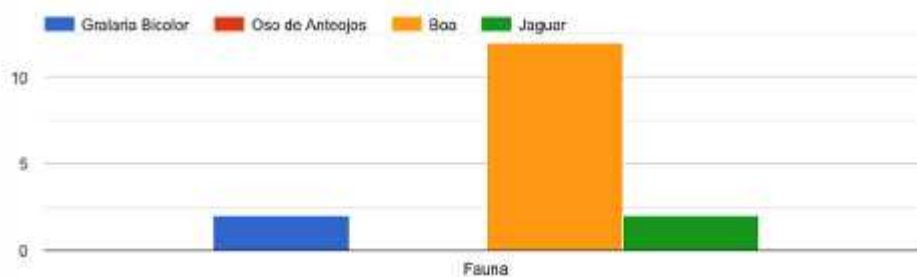


Gráfico 8-4: Pregunta 1. Elección elemento de Naturaleza – Fauna
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

El elemento a destacar de la Flora de Cascales entre los encuestados se encuentra el Platanillo como planta representativa de la zona, mientras que, dentro de la Fauna como animal representativo, la Boa es el elemento destacado.

b) Pregunta 2

A alguno de los elementos escogidos anteriormente, ¿Lo ha visto en alguna otra marca gráfica?
De haber respondido "SI" indique cual marca.

PREGUNTA 2 – ENCUESTA DE ELEMENTOS NATURALES (FLORA Y FAUNA)

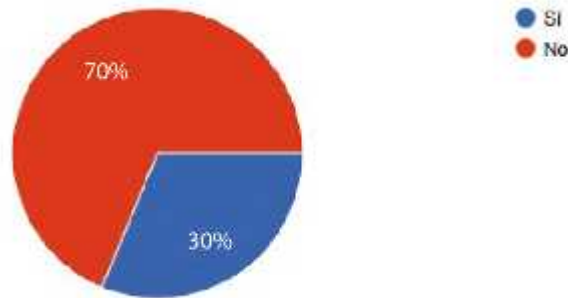


Gráfico 9-4: Pregunta 2. Elección elemento de Naturaleza
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021

El 70% de los encuestados dicen no haber visto el o los elementos escogidos anteriormente en alguna marca, pero el 30% indica que en el zoológico de Shayari se encuentra plasmado alguno de los elementos de Naturaleza del Cantón Cascales.

c) Pregunta 3

¿Qué significa para usted el elemento de Flora escogido? (en relación al Cantón).

Todos los encuestados manifiestan que elemento que han escogido en las preguntas anteriores son parte de la gran diversidad que posee la zona, destacando así la riqueza natural que poseen.

d) Pregunta 4

¿Qué significa para usted el elemento de Fauna escogido? (en relación al Cantón).

La gran mayoría de las personas encuestadas concuerdan que el animal que han escogido, es parte de la identidad del cantón y que son endémicos de la zona.

e) Pregunta 5

¿Existe para usted otro elemento representativo del Cantón Cascales que no se encuentre en la ficha de observación que sea importante destacar?

De haber respondido "SI" indique cual.

PREGUNTA 5 – ENCUESTA DE ELEMENTOS NATURALES (FLORA Y FAUNA)

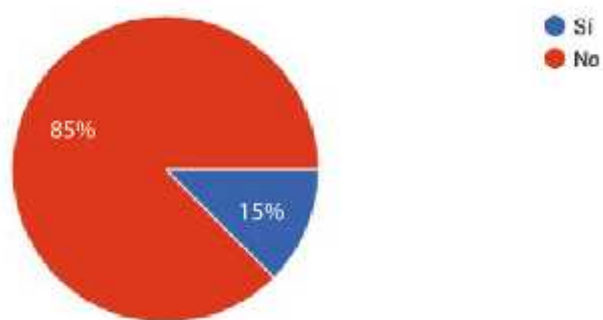


Gráfico 10-4: Pregunta 2. Elección elemento de Naturaleza
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

La mayoría de las personas encuestadas para ser específicos el 87.5%, manifiesta que no existe otro elemento natural representativo del Cantón, mientras que el 12.5% dice que la Guanta es también un animal muy importante para los habitantes de Cascales.

4.1.3.4. Encuesta de elección de los elementos representativos de la Naturaleza (Atractivos Naturales) del Cantón Cascales.

a) Pregunta 1

¿De los elementos presentados en la Ficha de Observación (NATURALEZA) apartado "Atractivos Naturales" ¿Cuál considera usted que es el más representativo del Cantón Cascales?

PREGUNTA 1 – ENCUESTA DE ELEMENTOS NATURALES (ATRATIVOS NATURALES)

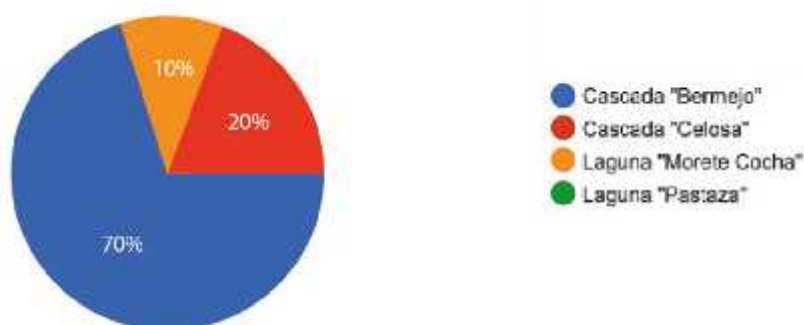


Gráfico 11-4: Pregunta 1. Elección elemento de Historia
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

Respecto a los atractivos naturales más representativos del Cantón Cascales se obtiene que un 70% de las personas encuestadas destacan a la Cascada "Bermejo" como el principal atractivo natural.

b) Pregunta 2

Al elemento escogido anteriormente, ¿Lo ha visto en alguna otra marca gráfica?

De haber respondido "SI" indique cual marca.

PREGUNTA 2 – ENCUESTA DE ELEMENTOS NATURALES (ATRATIVOS NATURALES)

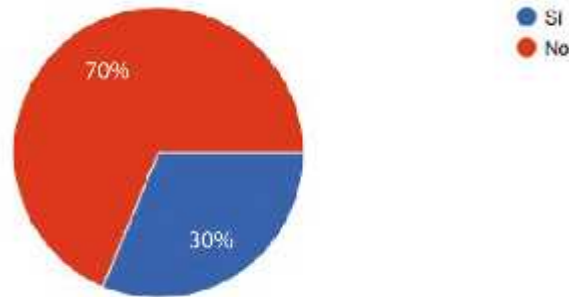


Gráfico 12-4: Pregunta 2. Elección elemento de Historia

Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

Un 70% del total de los encuestados manifiestan que no han observado el elemento que escogieron en la pregunta 1 en otra marca, mientras que el restante 30% afirman haber visto el elemento principalmente en campañas publicitarias de turismo del Cantón.

c) Pregunta 3

¿Qué significa para usted el elemento histórico escogido? (en relación al Cantón).

Esta pregunta tuvo varias respuestas, pero, en síntesis, para los encuestados el lugar que escogieron significa un lugar con un gran valor turístico no solo para los locales, sino también para personas extranjeras.

d) Pregunta 4

¿Existe para usted otro elemento representativo del Cantón Cascales que no se encuentre en la Ficha de Observación que sea importante destacar?

De haber respondido "SI" indique cual.

PREGUNTA 4 – ENCUESTA DE ELEMENTOS NATURALES (ATRATIVOS NATURALES)



Gráfico 13-4: Pregunta 4. Elección elemento de Historia
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

Para la gran mayoría de los encuestados, específicamente el 95% manifiestan que no existe otro elemento representativo histórico del Cantón, pero el resto específicamente una persona destaca que uno de los elementos que no se encuentra en la Ficha de Observación es el “Saladero de Danta”

En el cantón Cascales existe innumerables elementos que lo identifican, por lo que fue necesario escoger, a través de encuestas a un focus group de la población del cantón, cinco elementos principales los cuales están agrupados en tres apartados.

En el ámbito correspondiente a los elementos históricos, el puente "Toni el Suizo" fue el elemento escogido por gran parte de la población, en el ámbito cultural fueron las artesanías, y respecto al ámbito de elementos naturales se tomó en cuenta tres principales elementos: flora, fauna y atractivos naturales, debido a que son elementos totalmente distintos que dan paso a poder realizar una propuesta con cada uno de ellos.






El elemento escogido por los encuestados correspondiente a la fauna fue la boa, a la flora el platanillo, y a los atractivos naturales fue la cascada "Bermejo".

4.2. Fase Creativa

4.2.1. Toma de Partida

Una vez aplicada las diferentes encuestas al focus group de la población del Cantón Cascales que tienen el debido conocimiento acerca de su lugar de origen, se obtuvo la siguiente tabla con cada uno de los elementos que destacan en cada una de las encuestas de Historia, Cultura y Naturaleza de Cascales.

Tabla 4-4: Elementos representativos de Historia, Cultura y Naturaleza del Cantón Cascales

ELEMENTOS REPRESENTATIVOS DEL CANTÓN CASCALES	
ELEMENTO	IMAGEN
1. HISTORIA	
Puente Colgante "Toni el Suizo"	
2. CULTURA	
Artesanías	
3. NATURALEZA	
<i>3.1. Flora</i>	
Platanillo	
<i>3.2. Fauna</i>	
Boa	
<i>3.3. Atractivos Naturales</i>	
Cascada "Bermejo"	

Realizado por: Cerda Lina, Taipe Jefferson, 2021.

4.2.2. Análisis

Los elementos más representativos del Cantón Cascales previamente organizados en una tabla, están divididos en tres principales grupos que parten de uno de los objetivos específicos del presente trabajo que son Historia, Cultura y Naturaleza, estos tres aspectos engloban prácticamente toda la identidad del Cantón Cascales.

En el apartado de Historia de acuerdo a las encuestas realizadas, el elemento que más representa al cantón es el puente colgante "Toni el Suizo", para los pobladores esta construcción histórica es muy importante para su desarrollo, debido a que conectó dos zonas de un mismo cantón que estaban separadas por un gran río, creando así muchas más oportunidades de desarrollo.

En cuanto tiene que ver con la Cultura de Cascales, existen varias manifestaciones muy importantes que hacen único al cantón no solo en el Ecuador sino en el mundo, pero de acuerdo a sus habitantes, las artesanías es el elemento cultural que más los representa por su facilidad de llegar a todos los rincones del mundo.

Por último, en el apartado de Naturaleza, cabe destacar que debido a que existen un sinnúmero de elementos importantes, ha sido imposible quedarse con un solo elemento, por esta razón, y con la aceptación de las personas encuestas se han escogido tres elementos, el primero, el platanillo que es el elemento más importante de Flora, la Boa que destaca por sobre todos los animales que habitan la zona, y la cascada "Bermejo" que es el principal atractivo natural de Cascales.

4.2.3. Formalización de idea

Teniendo en cuenta el análisis realizado anteriormente, la intención es generar cinco propuestas de identificadores gráficos para Cascales, teniendo en cuenta los cinco elementos que han sido recopilados de las encuestas realizadas, por su relevancia e importancia para los habitantes del cantón.

La idea central es generar un identificador gráfico que cumpla con las características funcionales y estéticas propias de una Marca Ciudad, además de identificar a todos los habitantes del Cantón Cascales.

4.3. Fase Ejecutiva

4.3.1. Desarrollo

4.3.1.1. Marca Conceptual

Cascales es un cantón respetuoso con la naturaleza, considera a la flora y a la fauna como una parte fundamental de su existencia, se mantiene y se respeta a cabalidad el legado de los ancestros que se consideraban protectores de la naturaleza al ser parte de su vida misma, tienen un amplio conocimiento acerca de las plantas esencialmente para uso medicinal, y de los animales que mantienen un equilibrio del ecosistema; conocen todo menos la manera de como causar daño a la naturaleza.

De igual manera la población de Cascales es agradecida con aquellos personajes que contribuyeron en su desarrollo y crecimiento, porque gracias a todos ellos pueden darse a conocer a nivel nacional e internacional, con sus manifestaciones culturales, y atractivos turísticos naturales y no naturales.

4.3.1.2. Propuestas de marca

ELEMENTO HISTÓRICO - PUENTE COLGANTE "TONI EL SUIZO"



Figura 1-4: Propuesta 1 - Elemento histórico - puente colgante "Toni el Suizo"
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

El puente colgante "Toni el Suizo" es un elemento de mucha importancia para los pobladores de Cascales, porque representa una conexión con el mundo exterior.

ELEMENTO CULTURAL - ARTESANÍAS



Figura 2-4: Propuesta 2 - Elemento cultural - Artesanías
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021

Las artesanías son una manera de transmitir al resto del mundo una parte de la historia de los pueblos ancestrales, forman parte de la cultura de Cascales, a la vez también son una fuente de ingresos.

ELEMENTO NATURAL (FLORA) - PLATANILLO



Figura 3-4: Propuesta 3 - Elemento natural (Flora) - Platanillo
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021

El platanillo es una planta principalmente ornamental usada en manifestaciones culturales por sus colores llamativos y la estética de sus flores.

ELEMENTO NATURAL (FAUNA) - BOA



Figura 4-4: Propuesta 4 - Elemento natural (Fauna) - Boa
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021

La boa es un animal muy respetado, debido a todas las creencias que existen en su entorno, al ser considerada como una deidad por los pueblos ancestrales.

ELEMENTO NATURAL (ATRATIVO) - CASCADA "BERMEJO"



Figura 5-4: Propuesta 5 - Elemento natural (Atractivo) - Cascada "Bermejo"
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021

Es un sitio mágico rodeado completamente por vegetación, un maravilloso lugar que pueden visitar, se pueden realizar varias actividades turísticas.

4.3.1.3. Encuesta de elección de marca ciudad del Cantón Cascales.

De acuerdo a las encuestas realizadas a la población del Cantón Cascales a un focus group de veinte personas, con la finalidad de obtener el conocimiento de parte de los ciudadanos sobre

diferentes propuestas de marca que cumplan con las características adecuadas para el cantón se obtuvo los siguientes resultados:

a) Pregunta 1

¿Cuál de los identificadores gráficos le parece más atractivo visualmente?

PREGUNTA 1 – ENCUESTA DE ELECCIÓN DE MARCA

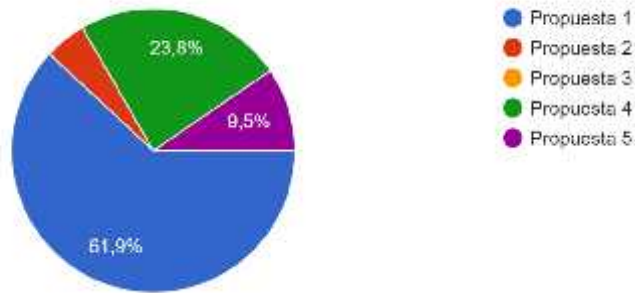


Gráfico 14-4: Pregunta 1. Porcentaje de atractivo visual de la marca.
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

Para 61.9% de la población Cascaleña encuestada menciona que la propuesta 1 que hace referencia al puente colgante “Toni el Suizo” es más atractivo visualmente, mientras que el 23.8% destaca al platanillo como atractivo visual y el 9.5 % restante menciona a la Cascada Bermejo.

b) Pregunta 2

¿Cuál de los identificadores gráficos cree usted que representa de mejor manera al Cantón Cascales?

PREGUNTA 2 – ENCUESTA DE ELECCIÓN DE MARCA

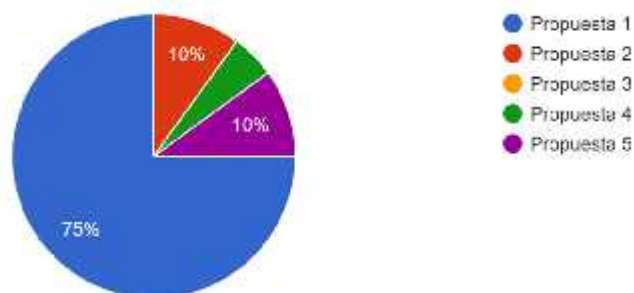


Gráfico 15-4: Pregunta 2. Porcentaje de marca que mejor representa.
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

El 75% de los encuestados destaca al puente colgante “Toni el Suizo” como elemento que mejor representa al cantón Cascales por su valor histórico y el 10% de la población menciona a las Artesanías como parte representativo.

c) Pregunta 3

¿Cuál de los identificadores gráficos cree usted que mantiene una identidad diferencial de otras ciudades del Ecuador y del mundo?

PREGUNTA 3 – ENCUESTA DE ELECCIÓN DE MARCA

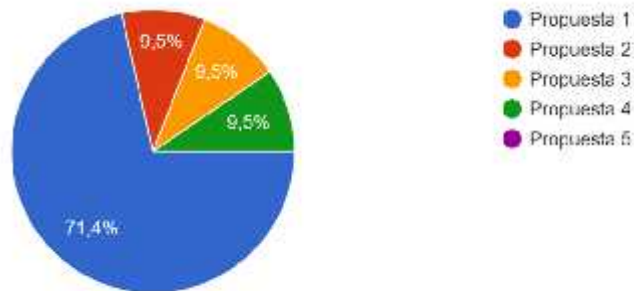


Gráfico 16-4: Pregunta 3. Porcentaje de marca diferencial del resto
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

La población encuestada manifiesta que el puente colgante “Toni el Suizo” mantiene una identidad diferencial del resto de ciudades que representa el 71,4%, mientras que el 9,5% de la población optó por la opción Artesanías como marca diferencial.

d) Pregunta 4

¿Cuál de los identificadores gráficos cree usted que se adapta de mejor manera las distintas aplicaciones en las que será plasmado?

PREGUNTA 4 – ENCUESTA DE ELECCIÓN DE MARCA

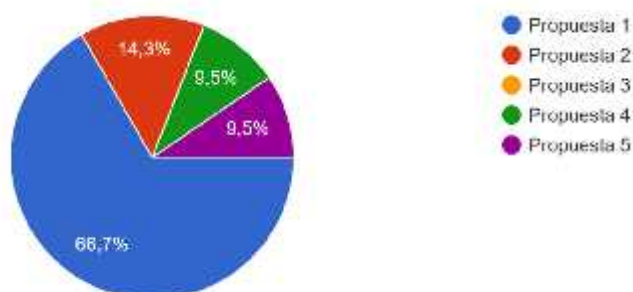


Gráfico 17-4: Pregunta 4. Porcentaje de marca adaptable en aplicaciones.
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

El 66. % de los encuestados destaca al puente colgante “Toni el Suizo” como marca que mejor se adapta a las distintas aplicaciones en la cual será plasmado, mientras que el 14.3% menciona que la propuesta 2 perteneciente a Artesanías sería la mejor opción.

e) **Pregunta 5**

¿Cuál de los siguientes identificadores gráficos cree usted que cumple con la característica de ser el primer contacto que atraiga a personas extranjeras a visitar el Cantón?

PREGUNTA 5 – ENCUESTA DE ELECCIÓN DE MARCA

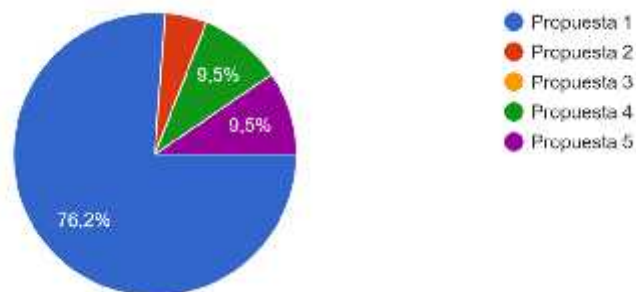


Gráfico 18-4: Pregunta 4. Porcentaje de marca que atraiga a visitar el Cantón
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

El 76.2% manifiesta que el puente colgante “Toni el Suizo” cumple con todas las características necesarias de ser un atractivo que atraiga a personas extranjeras a visitar el Cantón.

4.3.1.4. *Encuesta de campaña publicitaria para promover el turismo del Cantón.*

a) **Pregunta 1**

¿Considera usted que la marca es adecuada para promocionar al Cantón?

PREGUNTA 1 – ENCUESTA DE CAMPAÑA PUBLICITARIA



Gráfico 19-4: Pregunta 1. Porcentaje de marca adecuada para promocionar
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

El 100 % de los encuestados de la población considera que la marca elegida es la más adecuada para promocionar al Cantón Cascales por que representa de mejor manera al cantón por su valor histórico y mantiene una identidad diferenciadora del resto.

b) Pregunta 2

¿Usted está de acuerdo con la realización de campañas publicitarias que den a conocer los atractivos turísticos del Cantón?

PREGUNTA 2 – ENCUESTA DE CAMPAÑA PUBLICITARIA

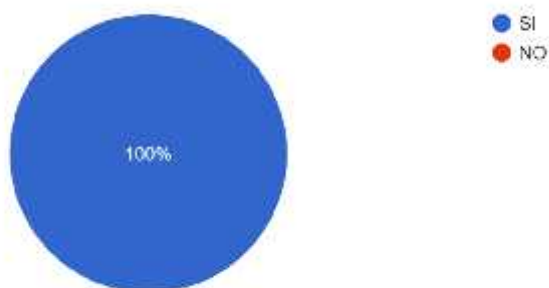


Gráfico 20-4: Pregunta 2. Porcentaje de realización de campañas publicitarias
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

La población Cascaleña considera que la realización de las campañas publicitarias da a conocer de mejor manera los atractivos turísticos del Cantón que representa el 100%. Porque a través de ella se puede dar a conocer lo que el cantón tiene para ofrecer.

c) Pregunta 3

¿Considera que las campañas publicitarias atraen turistas a visitar el Cantón Cascales?

PREGUNTA 3 – ENCUESTA DE CAMPAÑA PUBLICITARIA

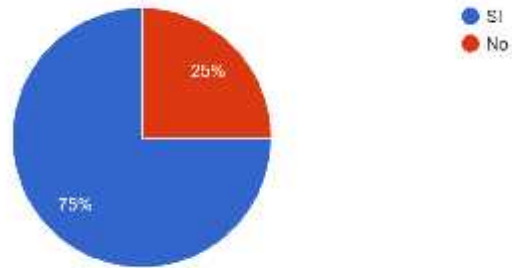


Gráfico 21-4: Pregunta 3. Porcentaje de la campaña que atrae a visitar el Cantón
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021

El 75% de los encuestados considera que la realización de la campaña publicitaria ayudaría a atraer turistas a visitar el Cantón porque a través de ella se incentiva a la gente a visitar el Cantón. Mientras que el 25 % menciona que las campañas no ayudan a atraer turistas.

d) Pregunta 4

¿Considera usted que el medio de comunicación más adecuado para promocionar el turismo local sea a través de redes sociales?

PREGUNTA 4 – ENCUESTA DE CAMPAÑA PUBLICITARIA

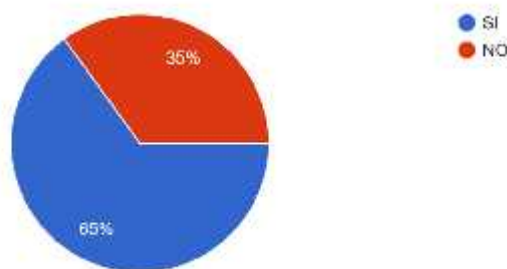


Gráfico 22-4: Pregunta 4. Porcentaje de medio de comunicación más adecuado
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021

El 65% considera que el medio de comunicación más adecuado para promocionar el turismo local es a través de las redes sociales porque es un medio masivo y el mensaje se quiere transmitir llega de forma rápida y efectiva. Mientras que el 35% menciona que las redes sociales no es el único medio para dar a conocer el turismo.

e) Pregunta 5

¿Considera usted que las imágenes y videos son los medios adecuados para el posicionamiento de la imagen del cantón?

PREGUNTA 5 – ENCUESTA DE CAMPAÑA PUBLICITARIA



Gráfico 23-4: Preguntar 5. Porcentaje de medios adecuados
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

El 100% de la población menciona que las imágenes y videos son medios adecuados para el posicionamiento de la imagen del Cantón por que ayudan a promocionar al cantón a nivel nacional de manera efectiva.

f) Preguntar 6

¿Considera usted que la realización de las propuestas graficas son idóneas para dar a conocer los sitios más destacados del cantón?

PREGUNTA 6 – ENCUESTA DE CAMPAÑA PUBLICITARIA



Gráfico 24-4: Preguntar 6. Porcentaje de realización de propuestas gráficas
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

El 100% de la población considera de la realización de las propuestas gráficas son idóneas para dar a conocer los sitios más destacados del Cantón porque considera que gracias a ella se atrae nuevo público.

4.3.1.5. *Propuesta Elegida*



Figura 6-4: Propuesta elegida
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

4.3.2. *Materialización*

4.3.2.1. *Manual de Identidad Visual del Cantón Cascales*

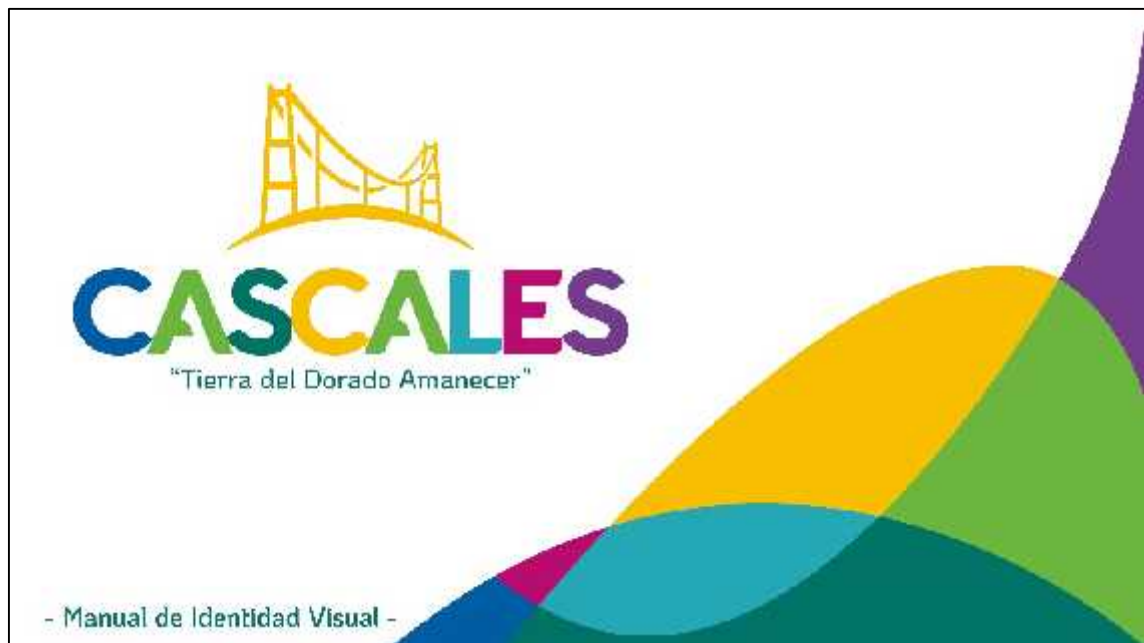


Figura 7-4: Portada del manual de Identidad Visual
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021



Figura 8-4: Conceptualización de la marca
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

ÍNDICE

Introducción.....	3
Objetivo.....	4
Misión y Visión.....	5
Estructura y Composición.....	6
Área de Seguridad.....	7
Tamaño Mínimo.....	8
Tipografía.....	9
Cromática.....	10
Usos Correctos.....	11
Usos Incorrectos.....	12
Aplicaciones.....	13

Manual de Identidad Visual de Cascales

2

Figura 9-4: Índice del manual de Identidad Visual
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

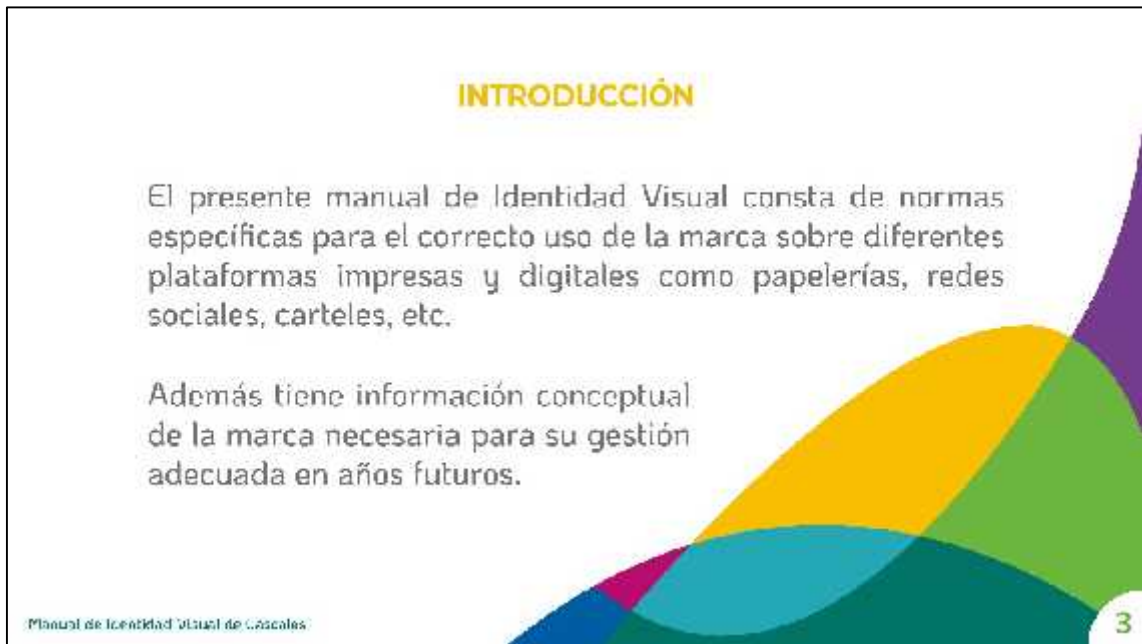


Figura 10-4: Introducción del manual de Identidad Visual
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021



Figura 11-4: Objetivo del manual de Identidad Visual
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021

MISIÓN

Contribuir en la representación del cantón Cascales, ser la imagen ante el Ecuador dando a conocer todas las costumbres y tradiciones de las distintas nacionalidades que componen a la ciudad, desarrollando como sociedad un mejor futuro para sus ciudadanos.

VISIÓN

Ser un cantón reconocido en el Ecuador y el mundo por sus riquezas naturales y tradiciones que ofrece la ciudad. Un lugar multicultural que represente una fuente turística importante para el país.

Manual de Identidad Visual de Cascales

5

Figura 12-4: Misión y visión
 Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021

ESTRUCTURA Y COMPOSICIÓN

■ **Isotipo**



Abstracción del puente colgante "Torre el Suizo" del cantón Cascales

■ **Logotipo**

CASCALES

Nombre del Cantón

■ **Slogan**

"Tierra del Dorada Amanecer"

Como comúnmente se conoce al cantón

Manual de Identidad Visual de Cascales

6

Figura 13-4: Estructura y composición
 Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021



Figura 14-4: Área de Seguridad
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021

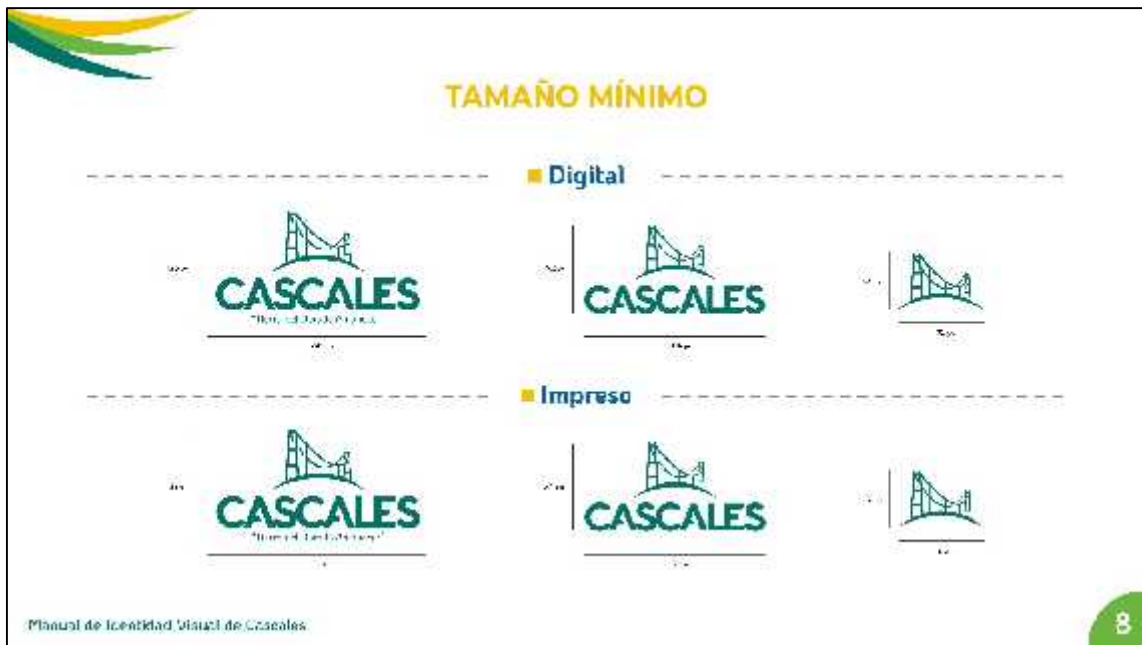


Figura 15-4: Tamaño Mínimo
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021



Figura 16-4: Tipografía
 Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021



Figura 17-4: Cromática
 Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021



Figura 18-4: Usos Correctos
 Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021



Figura 19-4: Usos Incorrectos
 Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021



Figura 20-4: Aplicaciones
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021



Figura 21-4: Muro Corporativo
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021

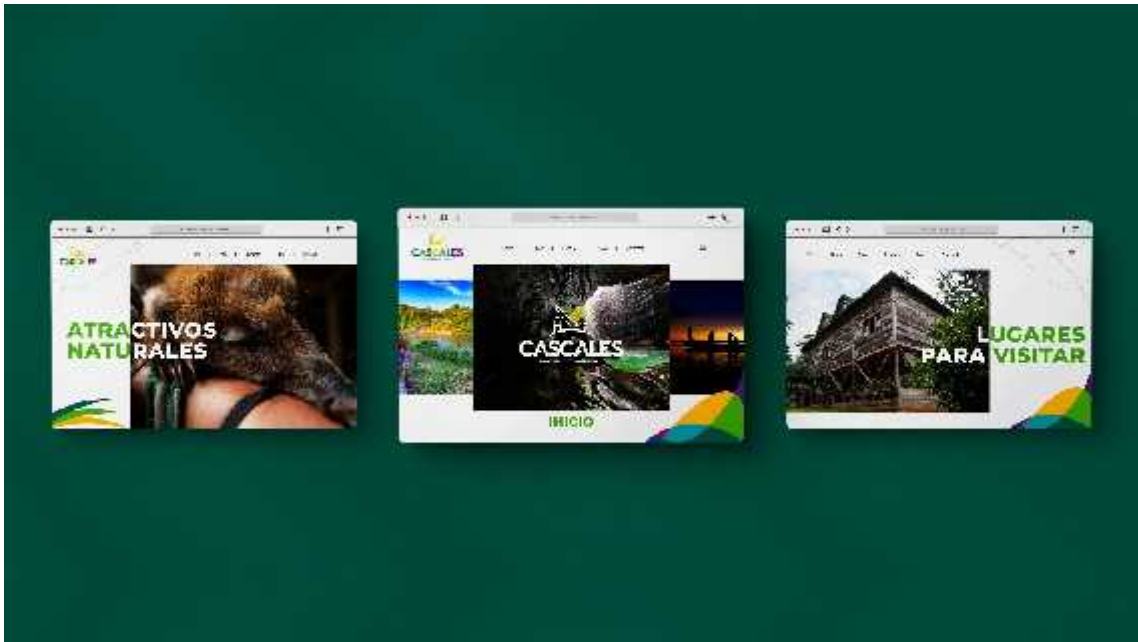


Figura 22-4: Página web
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021



Figura 23-4: Papelería
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021



Figura 24-4: Sello
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021



Figura 25-4: Valla Publicitaria
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021



Figura 26-4: Bolsas
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021



Figura 27-4: Camisetas
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021



Figura 28-4: Contraportada de Manual de Identidad Visual
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

4.3.2.2. *Posicionamiento gráfico*

Para el posicionamiento de la Marca Cascales, se ha optado por una campaña publicitaria de carácter turística nombrada “Dorado Amanecer”, dirigida para sus ciudadanos y estableciendo un target específico al cuál va dirigido; detallando un plan de medios, que sirve como una guía para lograr los objetivos de la campaña publicitaria.

Plan de medios

El presente plan de medios contiene información detallada de la campaña publicitaria, los objetivos establecidos, el target especificado y la estrategia a implementar; formatos acordes a los tamaños estándares de ciertas plataformas digitales y por último un cronograma a seguir.

Objetivo

- Diseñar propuestas gráficas dirigidas al target especificado
- Llegar a la mayor cantidad de personas con el mensaje a transmitir
- Proponer medios opcionales alternativos para profundizar el mensaje

Target

Se estableció el público objetivo principal por aspectos demográficos del cantón Cascales y por su edad.

Estrategia

Para poder llegar al target establecido se utilizará marketing digital; empezando por páginas en las redes sociales como Facebook e Instagram de la campaña turística; enlazadas a la página principal del Cantón Cascales; transmitiendo el mismo mensaje a comunicar. Además, utilizando el marketing alternativo para ciertos lugares que poseen un target similar al establecido.

Medios

Los medios principales son las Redes sociales, como Facebook e Instagram; donde se trasmite los lugares más representativos del cantón de ambiente turístico. También en páginas de turismo fan Page. Para otros medios secundarios, se dirige a convenciones turísticas de carácter nacional, así como eventos turísticos dentro del país; en los cuales se usará un stand publicitario con folletos y otros impresos con información de estos lugares representativos.

Formato

Tabla 5-4: Dimensiones de material visual para Facebook e Instagram

		
Foto de perfil	180x180 px	720x720 px
Imagen de portada	851x315 px	ninguna
Historias	1080x1920 px	1080x1920 px
Publicaciones cuadradas	1200x1200 px	1080x1080 px
Publicaciones verticales	ninguna	1080x1350 px
Publicaciones horizontales	1200x900 px	1080x566 px
Anuncios	400x500 px	600x500 px

Realizado por: Cerda Lina, Taipe Jefferson, 2021.

Presupuesto

Dado que se utiliza los medios de comunicación digitales como principales, no se requiere ninguna inversión a menos que se quiera publicitar con herramientas de pago como adds.

Propuestas

Estructura para redes sociales



Figura 29-4: Foto de perfil para Facebook e Instagram
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021



Figura 30-4: Portada para Facebook
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

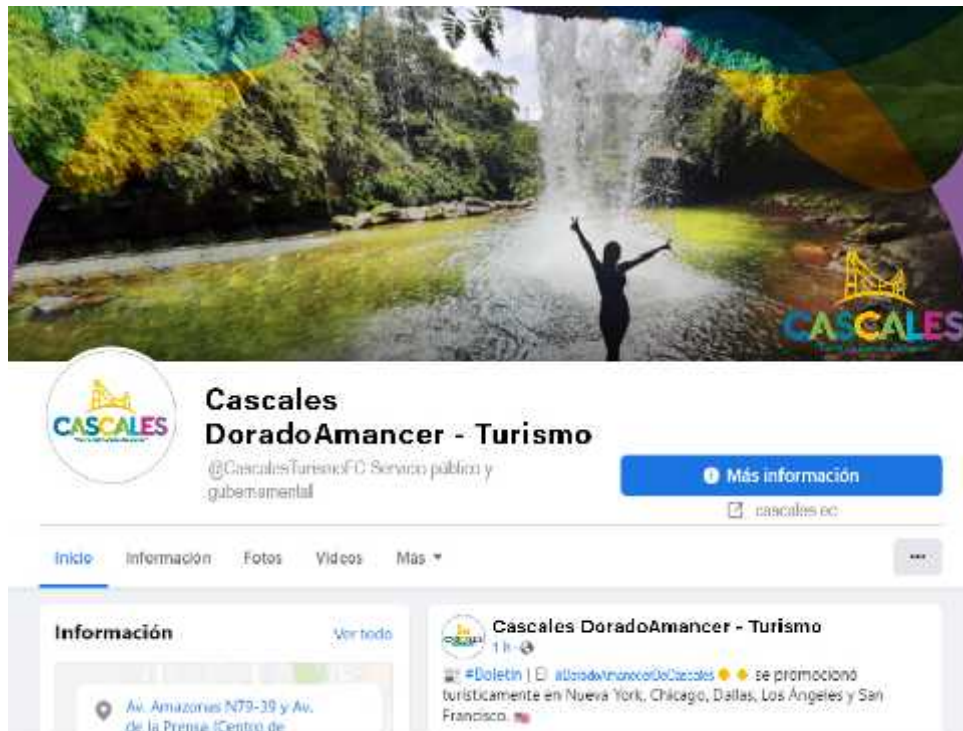


Figura 31-4. Página de Facebook
 Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

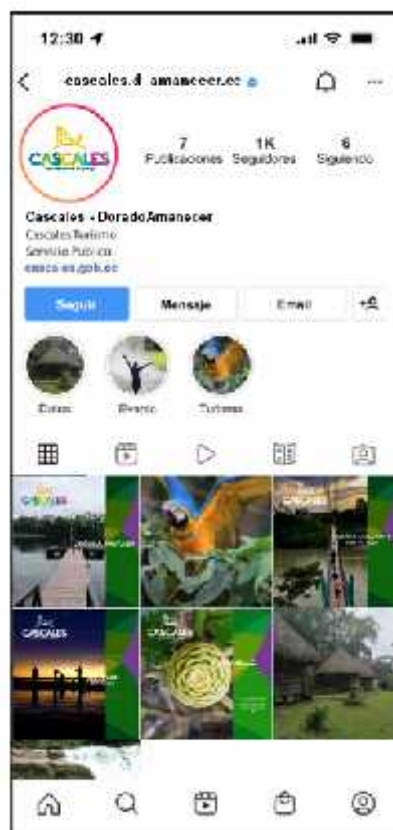


Figura 32-4: Página de Instagram
 Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021



Figura 33-4: Post de lugar
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021



Figura 34-4: Post de lugar
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

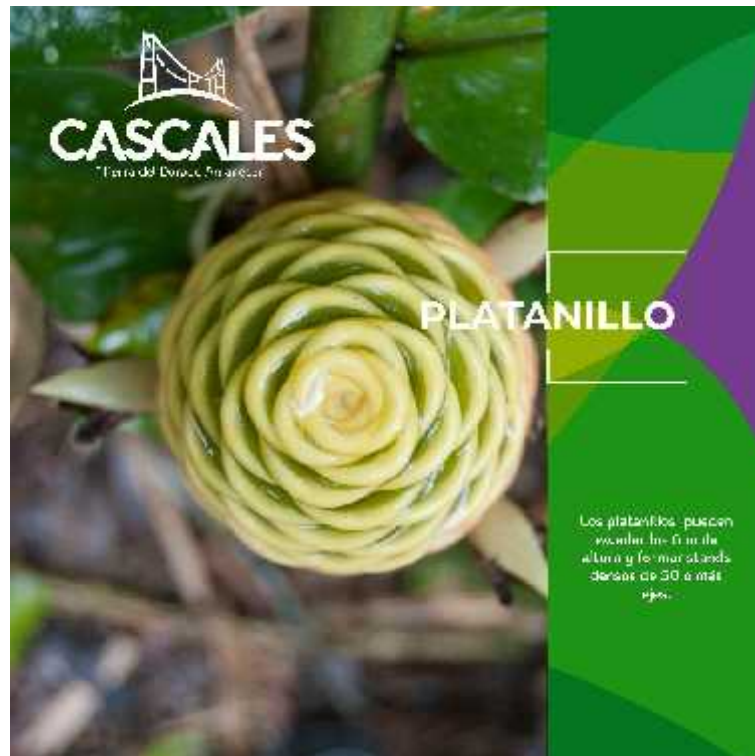


Figura 35-4: Post informativo
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021



Figura 36-4: Post de lugar
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021

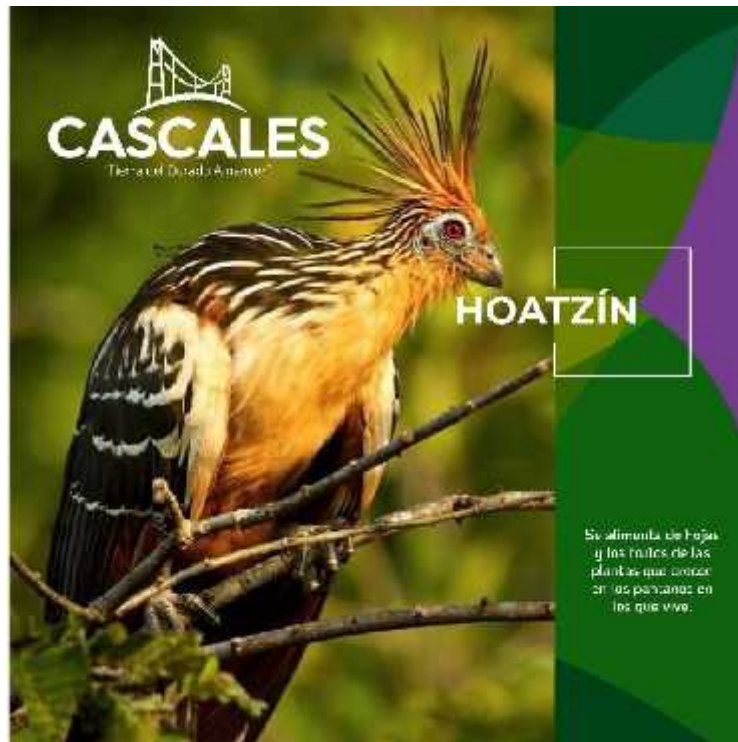


Figura 37-4: Post promocional
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021



Figura 38-4: Post promocional
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021



Figura 39-4: Post promocional
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021



Figura 40-4: Post promocional
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021



Figura 41-4: Post promocional
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

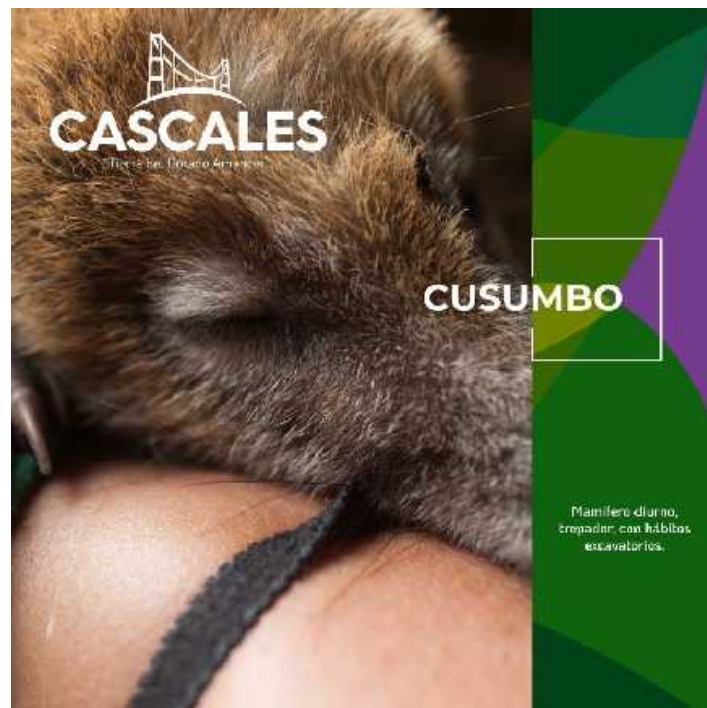


Figura 42-4: Post promocional
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021



Figura 43-4: Post promocional
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021



Figura 44-4: Post promocional
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

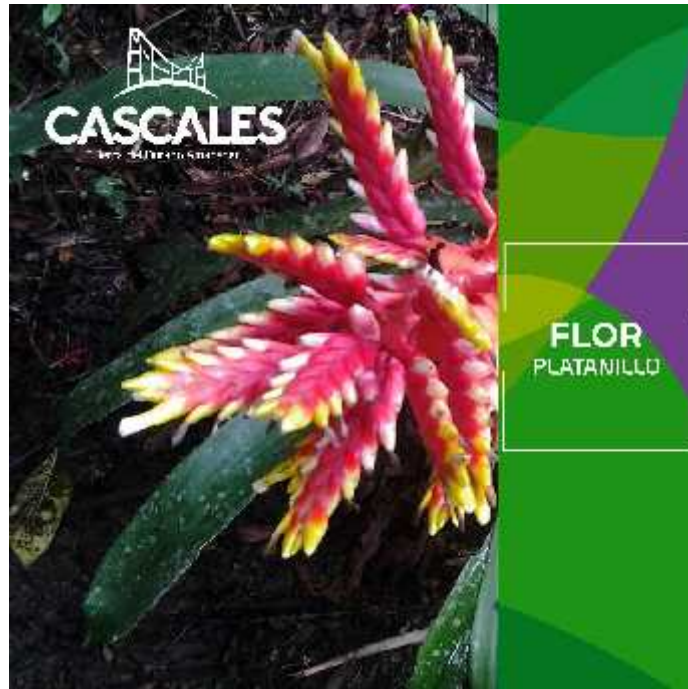


Figura 45-4: Post promocional
Realizado por: Cerda, L.; Taibe, J. 2021

Merchandising



Figura 46-4: Vinilo en servicios del municipio
Realizado por: Cerda, L.; Taibe, J. 2021



Figura 47-4: Vinilo en paradas de autobuses
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021



Figura 48-4: Calendario promocional
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021



Figura 49-4: Bolígrafos promocionales
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021

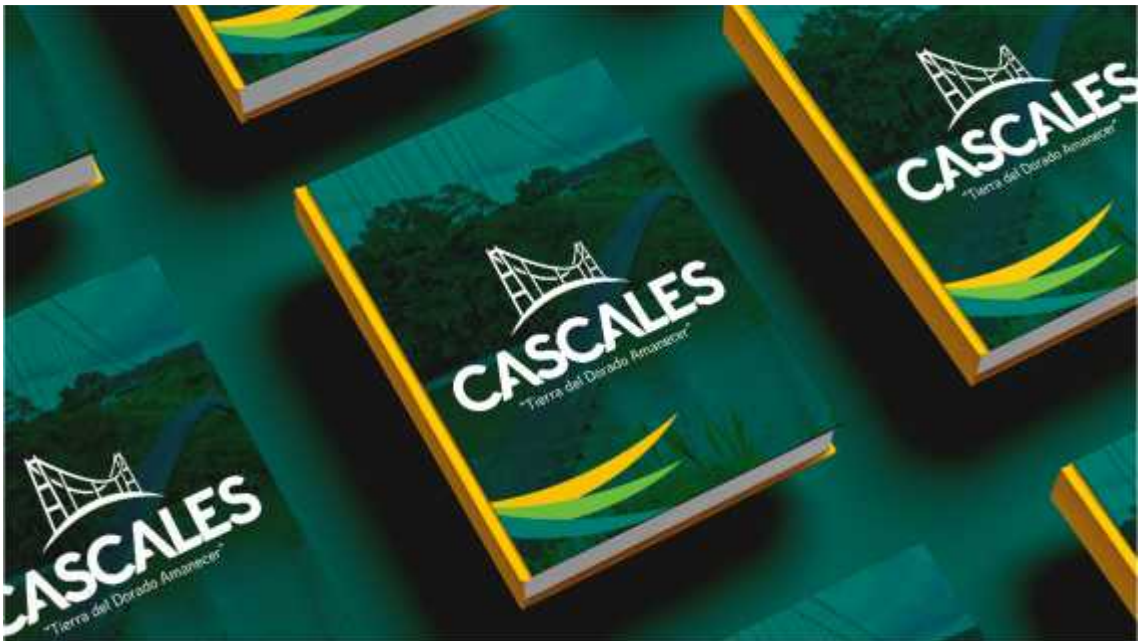


Figura 50-4: Libreta de apuntes
Realizado por: Cerda, L.; Taipe, J. 2021



Figura 51-4: USB promocional
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021



Figura 52-4: Llavero promocional
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021



Figura 53-4: Taza promocional
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021



Figura 54-4: Gorra promocional
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021



Figura 55-4: Bolígrafo del municipio
Realizado por: Cerda, L.; Taípe, J. 2021

CONCLUSIONES

- J Con el transcurso del tiempo el Cantón Cascales ha sido influenciado por el globalismo como en cualquier otra ciudad en el mundo, la problematización se origina cuando por medio de este efecto se adopta distintas ideologías y culturas; por consecuencia en futuras generaciones olvidan sus costumbres y tradiciones. Pero se puede favorecer de este efecto generado, por los mismos medios en el cual se transmite, que en general es el internet. No solo para recordar esa pertenencia a su gente, también para ser conocido en el país o el mundo. La adaptación es importante para que un Cantón como lo es Cascales preserve su presencia e importancia en sus ciudadanos y darse a conocer a otras no locales.

- J El Cantón Cascales a diferencia de otros cantones en el Ecuador, posee una biodiversidad única en un mismo territorio, por eso es necesario su posicionamiento para su propia ciudad y para la preservación de esa biodiversidad. Esto no solo solucionará los problemas de comunicación de pertenecía de sus ciudadanos, también mejorará otros problemas indirectamente, como la activación del turismo, posibilidades de encontrar inversionistas o aumentar las fuentes de empleo del cantón.

- J En la creación de la marca para el Cantón Cascales no solo se fundamentó en sus lugares más representativos del lugar, también se consideró la ideología de sus ciudadanos por medio de encuestas. Para que en la relación entre ciudadanos-ciudad-país pueda generar el mensaje visual indicado para ser comunicado. En este caso un puente icónico que tiene su propia historia “Toni el Suizo”

- J Así como el globalismo trae cambios, también trae nuevas herramientas, en el Ecuador aún, el medio más usado es el internet, medio por el cual el posicionamiento de la marca del Cantón Cascales es las adecuado, además de tener un costo bajo o ninguno. Los mensajes por medio de este post es mejorar la imagen visual del cantón, proporcionando información de los lugares representativos o de su biodiversidad.

RECOMENDACIONES

- J Para el estudio de una ciudad es importante no solo tener en cuenta sus datos, demográficos, geográficos, su biodiversidad étnica y cultural; culturales o tradicionales. También se debe tomar en cuenta la opinión pública de sus habitantes, las ideologías van cambiando con el tiempo; esto facilitara mucho la comunicación que se quiere establecer por medio de piezas gráficas. Logrando empatizar con sus habitantes.

- J Se recomienda tener una presencia de la marca en eventos turísticos o culturales en el país, donde se informe todo referente al Cantón Cascales, esto aumentará las posibilidades de un aumento significativo en el turismo, así como inversiones en la ciudad. También llegar a un acuerdo por parte del municipio de Cascales con el Ministerio de turismo del Ecuador para optar por medios de comunicación adicionales, en especial cuando esta institución da charlas informativas en eventos culturales locales e internacionales y así ayudar a la conservación de la biodiversidad del Cantón Cascales.

- J Buscar medios de difusión como los fans page, ya sea en redes sociales, blogs u otros; que tengan afición por el turismo, estas pequeñas o grandes comunidades no tiene ninguna inversión para transmitir un mensaje e incluso algunas comunidades sobrepasan las fronteras y tiene afiliaciones con organizaciones que se dedican a la conservación de naturaleza o cultura.

- J Se debe tener en cuenta una gestión de marca adecuada para los próximos años, donde se evalué su funcionalidad como tal, que tanto está presente en la ciudad y si los medios de comunicación son adecuados; como lo mencionamos anteriormente, con el paso del tiempo se adopta o cambia de ideologías en especial las presentes y futuras generaciones; donde crece una ambigüedad por sus identidades; esto ayudará a buscar nuevos medios de comunicación o establecer cambios adecuados para seguir manteniendo la presencia de la marca.

GLOSARIO

Campaña Publicitaria: Proceso estratégico que utiliza diferentes medios de comunicación para hacer llegar un mensaje al público objetivo. (Yumara, 2005)

Costumbre: Aquellas acciones, prácticas y actividades que son parte de la tradición de una comunidad o sociedad y que están profundamente relacionadas con su identidad. (Cecilia, 2010)

Cultura: Conjunto de conocimientos y rasgos característicos que distinguen a una sociedad, una determinada época o un grupo social. (Economipedia, 2019)

Identidad visual: Es la representación gráfica de una marca, sus objetivos y valores. (Daniela, 2021)

Estrategia: Serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a conseguir los mejores resultados posibles. (Significados, 2021)

Focus Group: Técnica de estudio utilizada en las ciencias sociales y en las obras comerciales que permite conocer y estudiar las opiniones y actitudes de un público particular. (Definición, 2021)

Identidad: Es algo que identifica a una sociedad y que incluye el estilo de vida, la alimentación típica, los cultos que existen en ella. (Rosario, 2020)

Logotipo: Símbolo formado por imágenes o letras que sirve para identificar una empresa, marca, institución o sociedad y las cosas que tienen relación con ellas. (Hazhistoria, 2021)

Marca: Es el elemento "clave" que les permite diferenciarse de la competencia y les ayuda a establecer una determinada posición en la mente de sus clientes. (Richard, 2002, Pág. 423.)

Marca ciudad: Conjunto de valores, características y estrategias para crear la identidad diferencial de una ciudad. (Comuniza, 2022)

Posicionamiento: Lugar propio que ocupa una marca en la mente de los consumidores, diferenciándola así de sus competidores. (Qualtrics, 2019)

Target: Público objetivo de nuestras acciones y estrategias. (Miguel, 2022)

Tradición: Conjunto de bienes culturales que se transmite de generación en generación dentro de una comunidad. (Julián, 2010)

BIBLIOGRAFÍA

ACOSTA, Juana. “El método sistemático para diseñadores” de Bruce Archer [blog]. [Consulta: 20 de febrero 2022]. Disponible en: <https://juanam-acostag.medium.com/el-m%C3%A9todo-sistem%C3%A1tico-para-dise%C3%B1adores-de-bruce-archer-6a8568788007>

BEMBIBRE, Cecilia. *Definición de costumbre* [blog]. [Consulta: 3 de marzo 2022]. Disponible en: <https://www.definicionabc.com/social/costumbres.php>

CARRILLO, L., & CAROLA, G. “Gestión de la marca Ciudad de México (CDMX) y su impacto económico”. *Questiones Publicitarias* [en línea], 2018, 2(24), 77-85. [Consulta: 16 de febrero 2021]. Disponible en: <https://doi.org/10.5565/rev/qp.320>

COSTA, J. *Creación de la Imagen Corporativa. El Paradigma del Siglo XXI. Razón y Palabra*, 22(100) [blog]. [Consulta 16 de diciembre]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6469919&orden=0&info=link>

COMUNIZA. *Marca Ciudad* [blog]. [Consulta: 22 de enero 2021]. Disponible en: <https://comuniza.com/diccionario-branding/marca-ciudad#:~:text=La%20marca%20ciudad%20es%20un,ayudan%20a%20desarrollar%20su%20potencial.>

CONCEPTODEFINICIÓN. *Definición de Focus Group* [blog]. [Consulta: 3 de marzo 2022]. Disponible en: <https://conceptodefinicion.de/focus-group/>

CASCALES. *Cascales tu mejor opción en este feriado* [blog]. [Consulta: 4 de febrero 2022]. Disponible en: <https://www.cascales.gob.ec/cascales/newsite/index.php/cascales/turismo/16-turismo/100-cascales-tu-mejor-opcion-feriado-2>

ECUARED. *Cantón Cascales* [blog]. [Consulta: 4 de febrero 2022]. Disponible en: [https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n_Cascales_\(Ecuador\)](https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n_Cascales_(Ecuador))

ECUADOR TURÍSTICO. *Turismo en Cascales* [blog]. [Consulta: 4 de febrero 2022]. Disponible en: <https://www.ecuador-turistico.com/2018/09/turismo-en-cascales.html>

ECUARED. *Cedro* [blog]. [Consulta: 23 de enero 2021]. Disponible en: <https://www.ecured.cu/Cedro>

EJE21. *Tras las huellas de Toni, el suizo* [blog]. [Consulta: 4 de febrero 2022]. Disponible en: <https://www.eje21.com.co/2021/05/tras-las-huellas-de-toni-el-suizo/>

EL ESPAÑOL. *¿Qué son las orquídeas? Características y significados* [blog]. [Consulta: 24 de enero 2021]. Disponible en: https://www.lespanol.com/curiosidades/naturaleza-planeta-tierra/orquideas-caracteristicas-significados/509699308_0.amp.html

EL PAÍS. *La guayusa* [blog]. [Consulta: 23 de enero 2021]. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2018/12/27/planeta_futuro/1545914157_674509.html

EL ESPAÑOL. *¿Qué son las orquídeas? Características y significados* [blog]. [Consulta: 24 de enero 2021]. Disponible en: https://www.lespanol.com/curiosidades/naturaleza-planeta-tierra/orquideas-caracteristicas-significados/509699308_0.amp.html

ENCICLOPEDIA. *El Dorado de Cascales* [blog]. [Consulta: 5 de febrero 2022]. Disponible en: <http://www.encyclopediadelecuador.com/geografia-del-ecuador/el-dorado-de-cascales/>

ENCICLOPEDIAECONÓMICA. *Campaña publicitaria* [blog]. [Consulta: 3 de marzo 2022]. Disponible en: <https://enciclopediaeconomica.com/campana-publicitaria/>

FLORIDO, Miguel. *Qué es el target: Significado y claves para su definición* [blog]. [Consulta: 3 de marzo 2022]. Disponible en: <https://www.marketingandweb.es/marketing/que-es-el-target/>

GESTIONDEINTANGIBLES. *Tipos de marca según su formato de presentación* [blog]. [Consulta: 24 de enero 2021]. Disponible en: <https://www.gestiondeintangibles.com/que-tipos-de-marca-existen/>

HAZHISTORIA. *¿Qué es un logotipo?* [blog]. [3 de marzo 2022]. Disponible en: <https://www.hazhistoria.net/blog/%C2%BFqu%C3%A9-es-un-logotipo>

JIMÉNEZ, Diego. *Las 5 mejores campañas de marketing turístico del mundo* [blog]. [Consulta: 22 de mayo 2022]. Disponible en: <https://diegoturimarketing.com/2015/10/18/las-5-mejores-campanas-de-marketing-turistico-del-mundo/comment-page-1/>

MILIER, Daniel. *¿Qué es la identidad visual su importancia y beneficios?* [blog]. [Consulta: 3 de marzo 2022]. Disponible en: <https://www.tiendanube.com/blog/identidad-visual-importancia-beneficios/#:~:text=La%20identidad%20visual%20es%20la,el%20nombre%2C%20logo%20y%20packaging>

NATIVE. *Oso hormiguero Amazónico* [blog]. [Consulta: 24 de enero 2021]. Disponible en: <https://www.nativealimentos.com.br/es/sostenibilidad/biodiversidad/animales/mamiferos/oso-hormiguero-amazonico/775>

NATURALISTPA. *Platanillos* [blog]. [Consulta: 24 de enero 2021]. Disponible en: <https://panama.inaturalist.org/taxa/84964-Heliconia>

NAPO. *Té de guayusa y el ritual ancestral* [blog]. [Consulta: 24 de enero 2021]. Disponible en: <https://www.napowildlifecenter.com/es/te-de-guayusa-y-el-ritual-ancestral-de-la-guayusada/>

NUÑO, Patricia. *¿Qué es una marca?* [blog]. [Consulta: 24 de febrero 2021]. Disponible en: <https://www.empredepyme.net/que-es-una-marca.html>

PEIRÓ, Rosario. *Definición de cultura* [blog]. [Consulta: 3 de marzo 2022]. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/cultura.html>

PÉREZ, Julián. *Definición de tradición* [blog]. [Consulta: 3 de marzo 2022]. Disponible en: <https://definicion.de/tradicion/>

PUCE. *Aves del Ecuador, gralaria bicolor* [blog]. [Consulta: 23 de enero 2021]. Disponible en: <https://bioweb.bio/faunaweb/avesweb/FichaEspecie/Grallaria%20rufocinerea>

PUCE. *Reptiles del Ecuador, Boa* [blog]. [Consulta: 24 de enero 2021]. Disponible en: <https://bioweb.bio/faunaweb/reptiliaweb/FichaEspecie/Boa%20constrictor>

PUCE. *Aves del Ecuador, gralaria bicolor* [blog]. [Consulta: 23 de enero 2021]. Disponible en: <https://bioweb.bio/faunaweb/avesweb/FichaEspecie/Grallaria%20rufocinerea>

QUALTRICS. *Posicionamiento de marca* [blog]. [Consulta: 24 de enero 2021]. Disponible en: <https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/marca/posicionamiento-de-marca/>

QUIROA, Myriam. *Marca nominativa* [blog]. [Consulta: 1 de enero 2021]. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/marca-nominativa.html>

SIGNIFOCADOS. *Significado de estrategia* [blog]. [Consulta: 3 de marzo 2022]. Disponible en: <https://www.significados.com/estrategia/>

SWI. *Los 'puentes de la esperanza' de Toni, el suizo* [blog]. [Consulta: 5 de febrero 2022]. Disponible en: <https://www.swissinfo.ch/spa/los--puentes-de-la-esperanza--de-toni--el-suizo/3537624>

WWF. *El jaguar: el asombroso felino del Amazonas* [blog]. [Consulta: 24 de enero 2021]. Disponible en: [https://www.wwf.org.ec/?349079/conservacionjaguar#:~:text=El%20jaguar%20\(Panthera%20onca\)%2C,a%20mantener%20un%20ecosistema%20saludable.](https://www.wwf.org.ec/?349079/conservacionjaguar#:~:text=El%20jaguar%20(Panthera%20onca)%2C,a%20mantener%20un%20ecosistema%20saludable.)

YUMARA GIL, Cleisy. *Todo lo que debes saber sobre publicidad y mercadeo* [blog]. [Consulta: 3 de marzo 2022]. Disponible en: <https://enciclopediaeconomica.com/campana-publicitaria/>

ANEXOS

ANEXO A. CUESTIONARIO DE ENCUESTA DE ELECCIÓN REPRESENTATIVOS DEL CANTÓN CASCALES.

The image shows a digital survey form titled "ENCUESTA DE ELECCIÓN DE ELEMENTOS REPRESENTATIVOS DEL CANTÓN CASCALES". The form is presented in a vertical layout with several sections:

- Header:** Title and a brief description of the survey's purpose.
- Image Gallery:** A grid of six small images showing various natural and cultural landmarks of the canton.
- Section 1:** A question asking for the respondent's name, with radio button options for "Nombre Completo", "Apellido", and "Apellido y Nombre".
- Section 2:** A question asking for the respondent's gender, with radio button options for "Masculino", "Femenino", "Otro", "Prefero no decirlo", "No sabe", and "No responde".
- Section 3:** A question asking for the respondent's age, with radio button options for "18", "19", and "20".
- Section 4:** A question asking for the respondent's phone number, with a text input field and a "Pulsar aquí" label.
- Section 5:** A question asking for the respondent's email address, with a text input field.
- Section 6:** A question asking for the respondent's address, with a text input field.

ANEXO B. CUESTIONARIO DE ENCUESTA DE ELECCIÓN DE MARCA

The image shows a web browser displaying a survey titled "Encuesta de elección de marca Ciudad de Cascales". The survey is presented in three sequential screenshots, each showing a different question. The browser's address bar shows the URL: "https://forms.gle/9wv786z9749v177p915020a3nwa20u6m".

Encuesta de elección de marca Ciudad de Cascales
Comité de Elección de Marca de la Ciudad de Cascales. Encuesta de elección de marca de la Ciudad de Cascales para el año 2023. Se trata de una encuesta de elección de marca para la Ciudad de Cascales. Se trata de una encuesta de elección de marca para la Ciudad de Cascales. Se trata de una encuesta de elección de marca para la Ciudad de Cascales.

PROYECTOS

FRUTALES

--	--	--

1. ¿Cuál es la fruta que más le gusta consumir en la Ciudad de Cascales?

Respuesta 1
 Respuesta 2
 Respuesta 3
 Respuesta 4
 Respuesta 5

2. ¿Cuál es la fruta que más le gusta consumir en la Ciudad de Cascales?

Respuesta 1
 Respuesta 2
 Respuesta 3
 Respuesta 4
 Respuesta 5

3. ¿Cuál es la fruta que más le gusta consumir en la Ciudad de Cascales?

Respuesta 1
 Respuesta 2
 Respuesta 3
 Respuesta 4
 Respuesta 5

4. ¿Cuál es la fruta que más le gusta consumir en la Ciudad de Cascales?

Respuesta 1
 Respuesta 2
 Respuesta 3
 Respuesta 4
 Respuesta 5

5. ¿Cuál es la fruta que más le gusta consumir en la Ciudad de Cascales?

Respuesta 1
 Respuesta 2
 Respuesta 3
 Respuesta 4
 Respuesta 5

6. ¿Cuál es la fruta que más le gusta consumir en la Ciudad de Cascales?

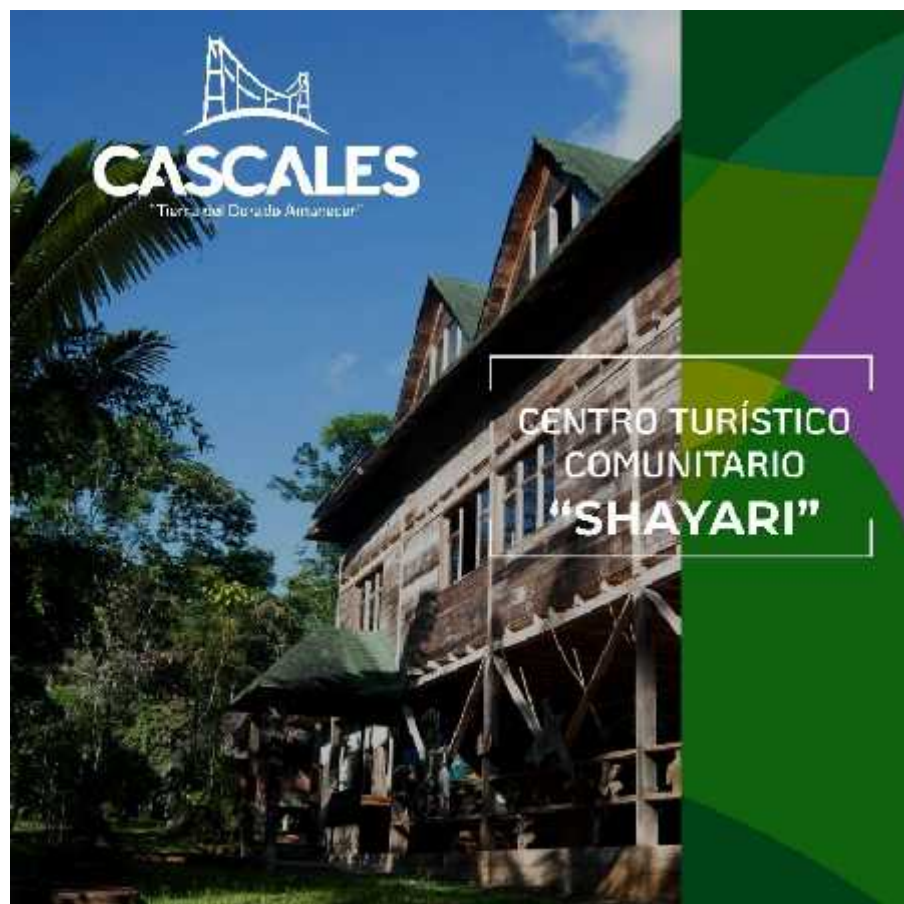
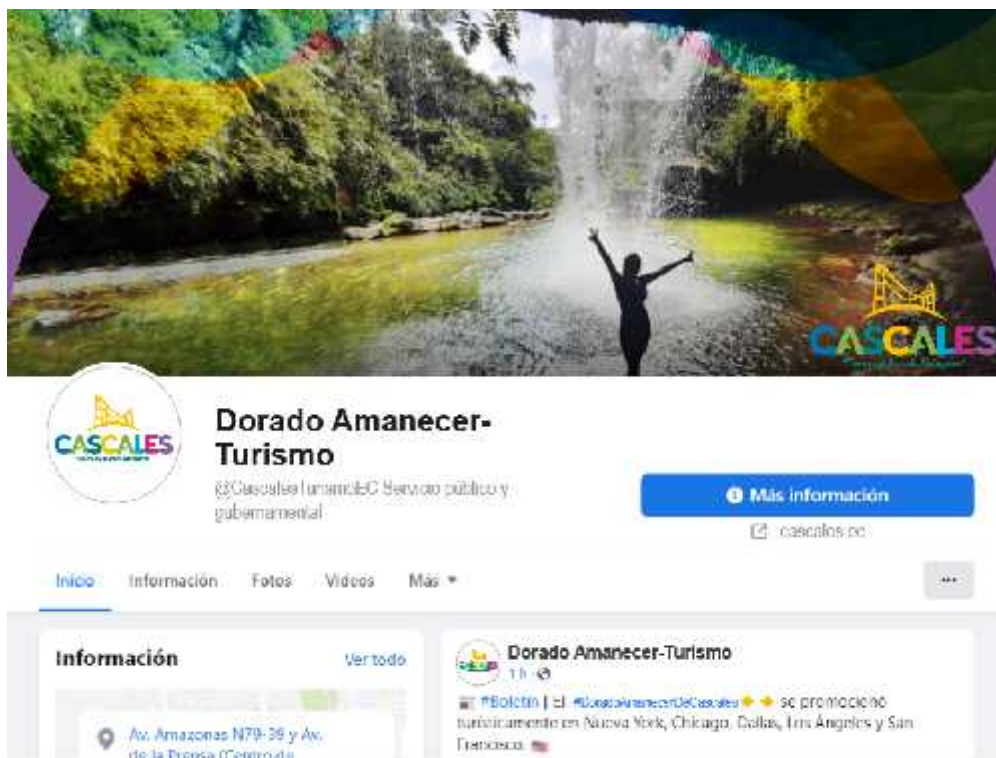
Respuesta 1
 Respuesta 2
 Respuesta 3
 Respuesta 4
 Respuesta 5

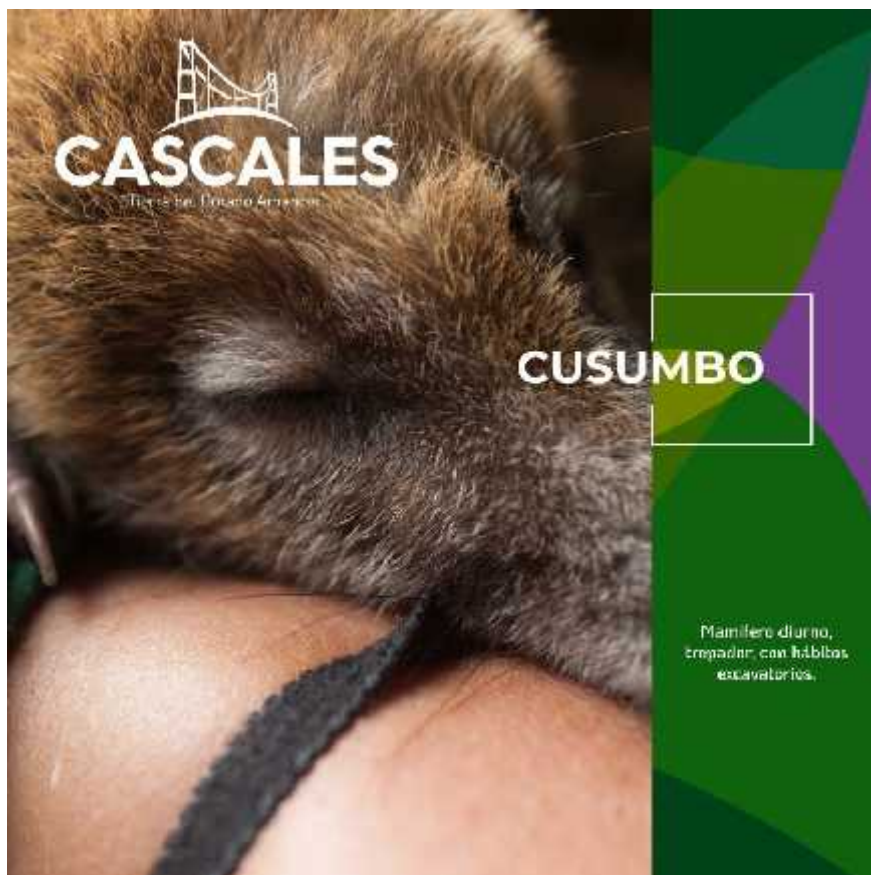
Frutas **Frutas**

Alcaldía de Cascales, Secretaría de Desarrollo Urbano y Obras Públicas, Ciudad de Cascales

Google: 11/11/2023

ANEXO D. POST DE LA PÁGINA DE FACEBOOK E INSTAGRAM





Mamífero diurno,
tropezador, con hábitos
excavatorios.