

Departamento de Ciencias Administrativas, Económicas y de Comercio

Carrera de licenciatura en turismo

Tema.

Propuesta de branding para impulsar la imagen de salidas técnicas y excursiones de la Carrera de Licenciatura en Turismo

Autoras:

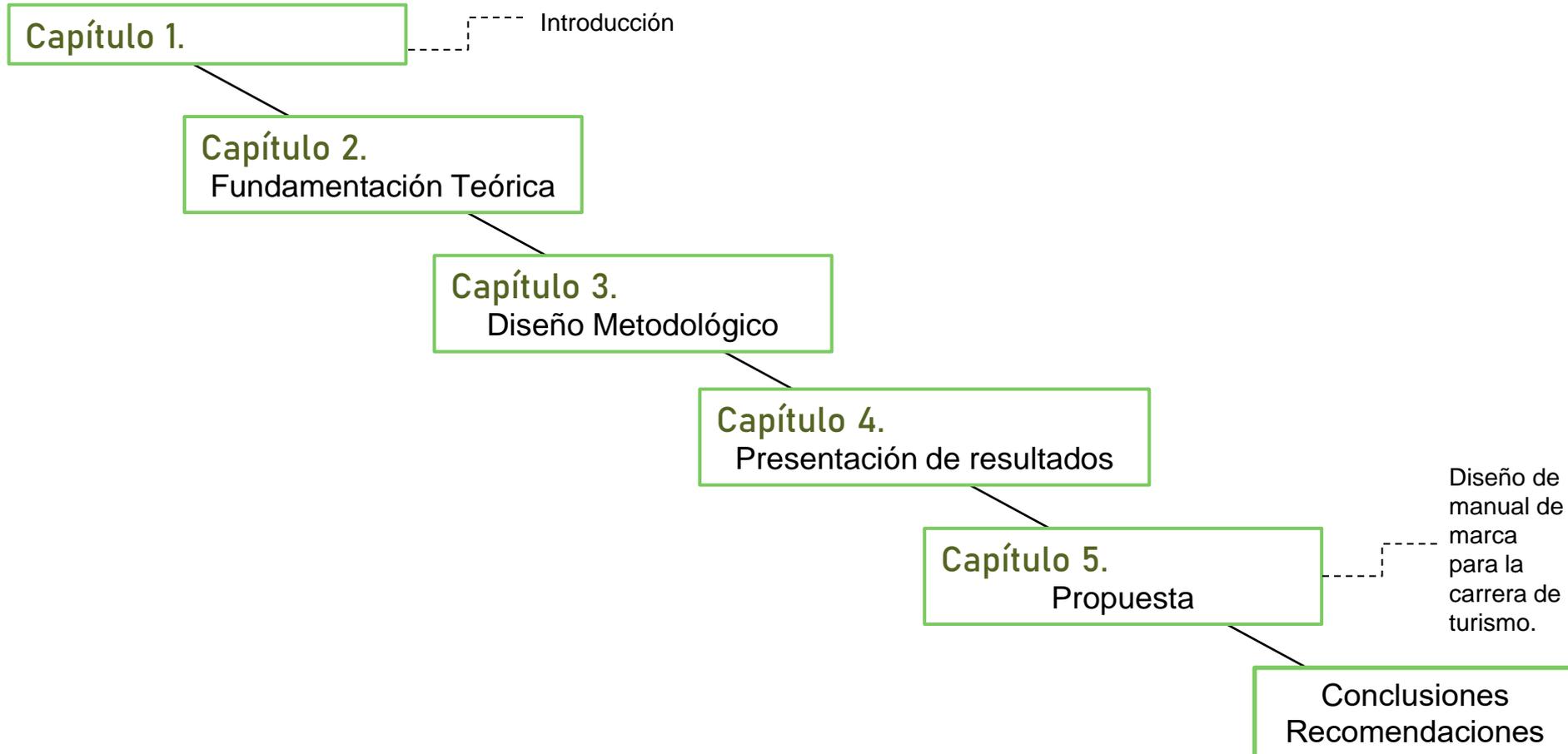
Velastegui Riera, Lizbeth Andrea
Goyes Chicaiza, Alisson Fernanda

Tutor.

Ing. Acosta Fernández, Aldrin Geovany



ESTRUCTURA DE LA INVESTIGACIÓN



- Comportamientos basados en las posibilidades de acceso a abundante información.
- Turistas con mayor madurez, experiencia y nivel de exigencia.
- Necesidad de consolidar destinos maduros.
- Expansión de nuevos espacios capaces de proporcionar información eficientemente.
- Acceso a información en tiempo real.

Formulación del problema

¿De qué manera la propuesta de branding de salidas técnicas y excursiones contribuye a la imagen de la carrera?

Falta de gestión de los GADS en la localidad.

Poca información y promoción del sector turístico.

Inexistencia de planes, proyectos y actividades.

Escasa inversión en el sector.



Objetivo General

Realizar una propuesta de branding para impulsar la imagen de salidas técnicas y excursiones de la carrera de Licenciatura en Turismo.

Objetivos Específicos

- Establecer el marco teórico de marca y branding turístico que sustenten las variables de la investigación.
- Señalar el procedimiento metodológico que guiará.
- Levantar información de la carrera, recopilando información y sistematizando a través de una línea cronológica, de hechos académicos, desde su creación hasta el momento actual.
- Establecer una propuesta de un Manual Corporativo de imagen para las salidas técnicas y excursiones de la carrera de Licenciatura en Turismo.



Idea a defender

A través de la propuesta de branding se tendrá un manual de marca que servirá de guía para establecer estrategias de promoción y difusión para promover la imagen de las salidas técnicas y excursiones de la carrera.

Variables

Independiente.

Turismo y excursiones

Dependiente.

Branding e imagen turística



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

CAPÍTULO 2.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

BRANDING

Equipamiento destinado a difundir, informar e interpretar el patrimonio local sea natural o cultural a través de información actualizada sobre el destino abarcando aspectos como recursos, atractivos, servicios y actividades.

- Morales (1998)
- Federación Española de Municipios y Provincias (2003)
- Consejería Economía e Innovación Tecnológica (2006)
- Ayuntamiento de Santo Domingo de la Calzada (2011)

FUNCIONES.

- Informar.
- Contextualizar información.
- Generar interés
- Promoción
- Atraer turistas
- Promover el turismo interno.

ATENCIÓN AL TURISTA



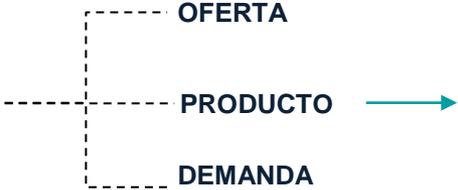
SERVICIOS Y ACTIVIDADES

DESARROLLO TURÍSTICO

Se habla del mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores locales a través de buenas prácticas que provoquen la generación de divisas al territorio.

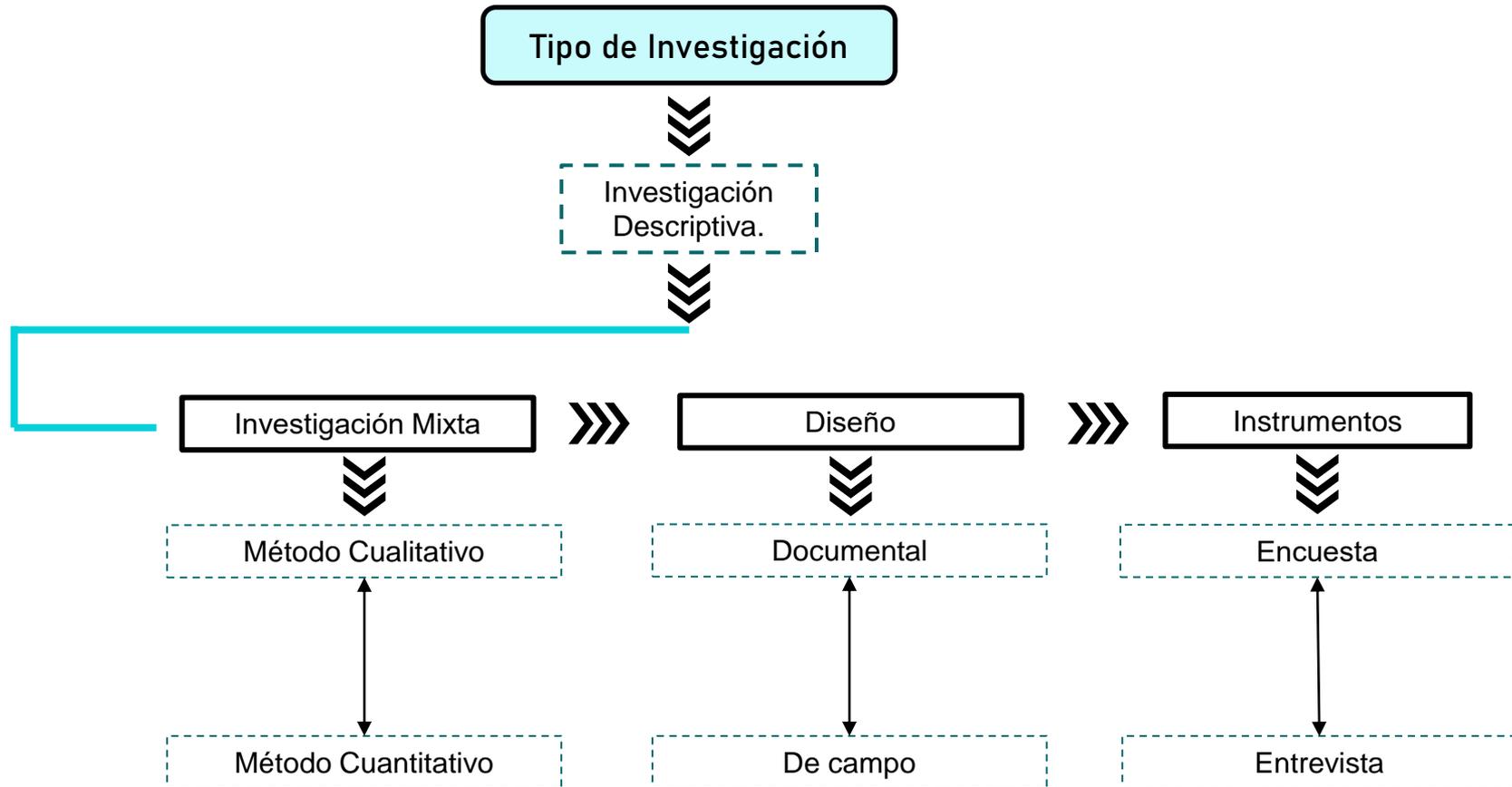


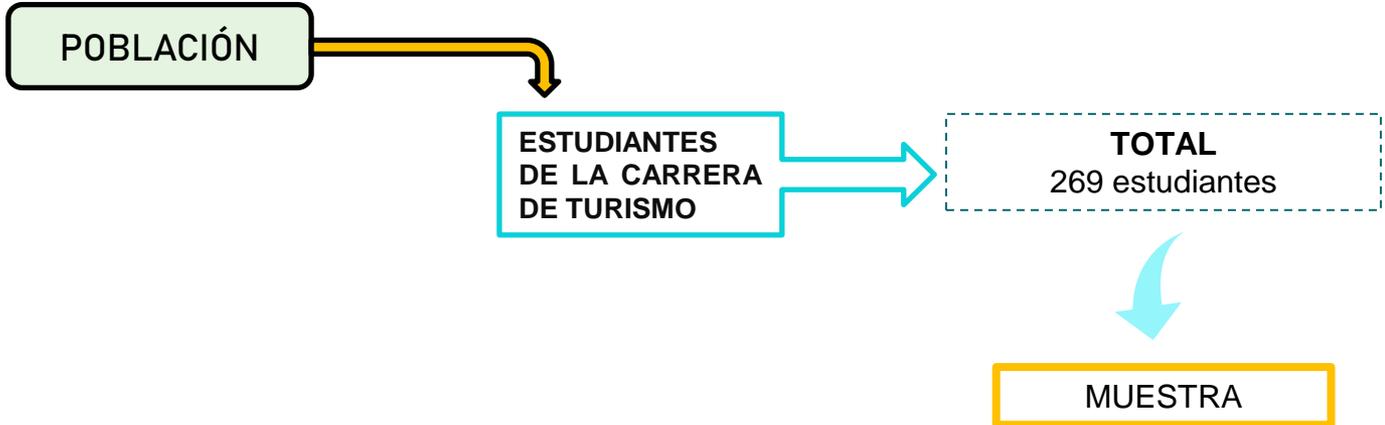
Turismo



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

METODOLOGÍA





$$n = \frac{S^2}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{S^2}{N}}$$

Donde:
n= Tamaño de la muestra
S= Desviación estándar de la población
Z= Nivel de confiabilidad (1,96)
N= Número total de personas
E= Error de muestreo (0.5)

TOTAL, MUESTRA
 n= 214



PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

EDAD.

Se identifica que 197 personas encuestadas se encuentran entre los 18 y 25 años de edad.

SEXO.

El mayor número de encuestados fueron mujeres.



Pregunta 3. ¿Considera usted que para una salida técnica y excursión es importante mantener un distintivo y logo propio de la carrera?

SI
97,5%
NO
2,5%

Gran parte de los estudiantes consideran importante el mantener un distintivo y logo propio de la carrera de licenciatura en turismo.



RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

ENCUESTAS

Pregunta 5. Para promover la identidad e imagen en una excursión, gira o salida académica, ¿cuáles son las prendas que deberían personalizarse?



Las prendas más señaladas para promover la identidad e imagen de la carrera son camisa, pantalón safari y exterior deportivo.

Pregunta 9. ¿Qué símbolos considera usted que debería ser utilizado para representar la imagen de la carrera de turismo?



El colibrí ha sido el símbolo que se ha presentado como insignia de la carrera durante varios años optando por mantenerlo como el elemento principal.



RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

ENTREVISTAS

CAMBIOS QUE HA SURGIDO EN EL LOGO

- Ingeniería en Administración Turística y Hotelera
- Licenciatura en Administración Turística y Hotelera
- Licenciatura en Turismo

LE FACILITARON UN DOCUMENTO COMO MANUAL DE USO DE MARCA

- Desde sus inicios no se ha contado con un manual de marca

REFERENCIA DE INSTITUCIÓN QUE MANEJA DE FORMA ÓPTIMA SU IMAGEN

- Instituciones hoteleras y turísticas →
- Hotel Marriot
 - Aerolíneas Emirates
 - Universidad de Especialidades Turísticas

RECOMENDACIONES PARA PROMOCIONAR LA NUEVA IMAGEN

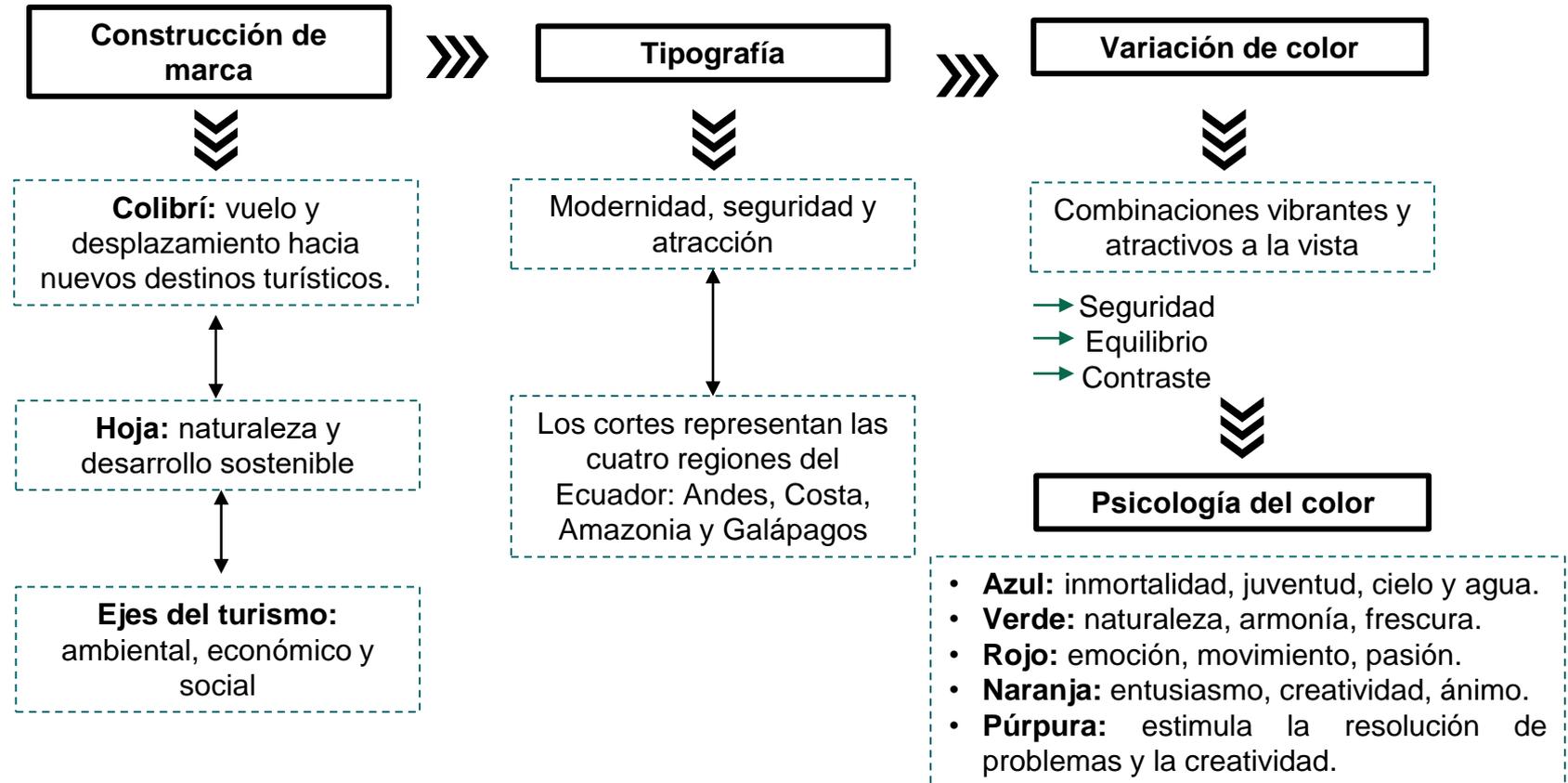
- Mayor número de salidas técnicas
- Promover actividades prácticas y de vinculación con lugares turísticos.
- Alianzas para la aplicación de conocimientos.

IMPLEMENTACIÓN DE LA MARCA

- Lanzamiento de integración
- Uso de los uniformes de la carrera
- Sociabilización de los elementos que hacen parte del nuevo logotipo



Descripción de la Propuesta





Construcción de marca

Colibrí: vuelo y desplazamiento hacia nuevos destinos turísticos.

Hoja: Naturaleza y desarrollo sostenible.

Ejes del turismo: ambiental, económico y social.

CARRERA DE
TURISMO +

Tipografía: modernidad, seguridad y atracción.

CARRERA DE
TURISMO

Corte: simbolismo que representa las cuatro regiones y mundos turísticos del Ecuador: Andes, Costa, Amazonia y Galápagos

La construcción de la marca pretende transmitir los principios fundamentales del turismo: Naturaleza, interculturalidad y relación social, simbolismos que promueven el desarrollo sostenible, principal eje de la carrera.

Objetivo del manual

Proporcionar la información necesaria a las personas que forman parte de la carrera de Licenciatura en Turismo con el fin de dar a conocer la forma de organización, objetivos, niveles de responsabilidad e imagen institucional.



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

CONCLUSIONES

- En esta investigación se logró recabar la información necesaria para poder alcanzar cada uno de los objetivos planteados al inicio, recurriendo a diversas fuentes bibliográficas y la implementación de técnicas de recopilación de datos como encuestas y entrevistas para sintetizar la información.
- En base a la recopilación bibliográfica, para la elaboración del marco teórico de la presente investigación, se logró concluir, la importancia de un manual de marca corporativa dentro de la institución, mediante el manual de marca corporativa se establecen parámetros, lineamientos, reglas y normas de su imagen visual corporativa, lo que con lleva a mantener una identidad corporativa definida y como resultado se logra que la marca se posicione de una mejor manera dentro del mercado.
- Con el diseño del manual de marca corporativa se ayuda al posicionamiento de la marca de la Carrera de Turismo.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la Carrera de Turismo el uso y aplicación adecuada del manual de marca corporativa, para de esta manera lograr el posicionamiento que la marca necesita.
- El diseño del manual de marca de la Carrera de Turismo tiene como principal objetivo, ayudar al posicionamiento de la está, es importante que mediante la nueva marca se empiece promocionar mediante el uso de recursos digitales, redes sociales, que permitan llegar a más público difundiendo a la carrera y a la marca.

