



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

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

**TEMA: “Marca ciudad: naturaleza y alcance desde
el Hexágono de Anholt”**

AUTORA: Diana Maribel Sánchez Villalba

TUTOR: Dr. Juan Carlos Castro Analuiza

AMBATO – ECUADOR

Octubre 2020



APROBACIÓN DEL TUTOR

Dr. Juan Carlos Castro Analuiza

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Marca ciudad: naturaleza y alcance desde el Hexágono de Anholt**” presentado por los señorita **Diana Maribel Sánchez Villalba** para optar por el título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho artículo académico ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 06 de octubre 2020



Dr. Juan Carlos Castro Analuiza

C.I. 0201801768

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Diana Maribel Sánchez Villalba**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Diana Maribel Sánchez Villalba

C.I. 1804981270

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

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



Ing. Mg. Juan Gabriel Saltos Cruz

C.I. 1802570984



Ing. Mg. Javier Mancheno Saá

C.I. 180498127

Ambato, 06 de octubre del 2020

DERECHOS DE AUTOR

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

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



Diana Maribel Sánchez Villalba

C.I. 1804981270

RESUMEN EJECUTIVO

La ciudad de Pelileo fue fundada por Antonio Clavijo, el 22 de julio de 1860, se dedica a la elaboración y comercialización de productos agrícolas, avícolas, ganaderos, mueblería y especialmente textil. Actualmente entre los principales productos de comercialización local se encuentran los jeans, muebles, pantuflas, artesanías y sombreros de Pamatug, es así que Pelileo se ha convertido en un lugar atractivo para visitantes nacionales y extranjeros.

Es por esta razón que, el presente estudio buscó determinar cuáles son los factores del “Hexágono de Anholt” más significativos del cantón Pelileo, con la finalidad configurar la percepción que tienen los visitantes al momento de esquematizar la marca-Pelileo.

Los resultados arrojados por el estudio realizado a los visitantes de la ciudad, indican que la ciudad de Pelileo es atractiva por la actividad comercial que generan los negocios, además que sus residentes crean una atmósfera agradable y sobretodo un ambiente seguro y pacífico, estos factores significativos son los que motivan a los visitantes a visitar la ciudad.

Así la propuesta resultante del estudio me direccionó al rediseño del logotipo de la marca ciudad establecida bajo los resultados arrojados de la investigación, además de promocionar la marca-Pelileo a través de medios de comunicación masivos como: televisión, radio, prensa escrita y también en redes sociales (Facebook, Instagram, Twiter y YouTube), mediante post, flyer online, videos promocionales, gifs, etc.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, IDENTIDAD COMPETITIVA, MARCA CIUDAD, HEXÁGONO DE ANHOLT.

ABSTRACT

The city of Pelileo was founded by Antonio Clavijo, on July 22, 1860, it is dedicated to the production and marketing of agricultural, poultry, livestock, furniture and especially textile products. Currently among the main products of local commercialization are jeans, furniture, slippers, handicrafts and hats from Pamatug, which is how Pelileo has become an attractive place for national and foreign visitors. It is for this reason that the present study sought to determine are the most significant factors of the "Anholt Hexagon" in the Pelileo canton, with the aim of configuring the perception that visitors have at the time of outlining the Pelileo brand.

The results of the study carried out on the visitors to the city indicate that the city of Pelileo is attractive due to the commercial activity generated by the businesses, in addition to the fact that its residents create a pleasant atmosphere and above all a safe and peaceful environment, these factors significant are those that motivate visitors to visit the city.

Thus, the proposal resulting from the study directed me to redesign the logo of the city brand established under the results of the investigation, in addition to promoting the Pelileo brand through mass media such as: television, radio, written press and also in social networks (Facebook, Instagram, Twitter and YouTube), through publication, online flyer, promotional videos, gifs, etc.

KEY WORDS: ACADEMIC ARTICLE, COMPETITIVE IDENTITY, CITY BRAND, HEXAGON OF ANHOLT.

LINK DEL ARTÍCULO PUBLICADO

<http://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/322/263>