

TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO

VIDA NUEVA

SEDE MATRIZ



TECNOLOGÍA SUPERIOR EN TURISMO

TEMA

DESARROLLO DE UN PLAN DE MARKETING ENFOCADO EN EL SINCRETISMO
CULTURAL DE PRODUCTOS OFERTADOS POR LA ASOCIACIÓN DE MUJERES DE

BORDADO ZULETA

PRESENTADO POR

CHALACÁN SÁNCHEZ CATALINA PATRICIA

TUTOR

MG. CUJANO GUACHI GEOVANNY JAVIER

FECHA

JUNIO 2023

QUITO – ECUADOR

Tecnología Superior en Turismo

Certificación del Tutor

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Aplicación Práctica con el tema: Desarrollo de un plan de marketing enfocado en el sincretismo cultural de productos ofertados por la asociación de mujeres de bordado Zuleta, presentado por la ciudadana Chalacán Sánchez Catalina Patricia, para optar por el título de Tecnóloga Superior en Turismo, certifico que dicho proyecto ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito, del mes de junio de 2023.

Tutor: Mg. Cujano Guachi Geovanny Javier

C.I.: 1805057641

Tecnología Superior en Turismo

Aprobación del Tribunal

Los miembros del tribunal aprueban el Proyecto de Aplicación Práctica, con el tema: Desarrollo de un plan de marketing enfocado en el ciclismo cultural de productos ofertados por la asociación de mujeres de bordado Zuleta, presentado por la ciudadana Chalacán Sánchez Catalina Patricia, facultada en la carrera Tecnología Superior en Turismo.

Para constancia firman:

Ing.

C.I.:

DOCENTE TUVN

Ing.

C.I.:

DOCENTE TUVN

Ing.

C.I.:

DOCENTE TUVN

Ing.

C.I.:

DOCENTE TUVN

Tecnología Superior en Turismo

Cesión de Derechos de Autor

Yo, Chalacán Sánchez Catalina Patricia portadora de la cédula de ciudadanía 1726526799, facultada en la carrera Tecnología Superior en Turismo, autora de esta obra, certifico y proveo al Tecnológico Universitario Vida Nueva usar plenamente el contenido de este Proyecto de Aplicación Práctica con el tema: Desarrollo de un plan de marketing enfocado en el sincretismo cultural de productos ofertados por la asociación de mujeres de bordado Zuleta, con el objeto de aportar y promover la cultura investigativa, autorizando la publicación de mi proyecto en la colección digital del repositorio institucional, bajo la licencia Creative Commons: Atribución-NoComercial-SinDerivadas.

En la ciudad de Quito, del mes de junio de 2023.

Chalacán Sánchez Catalina Patricia

C.I.: 1726526799

Dedicatoria

Este trabajo va dedicado a mi madre, a mi padre y a mi hermana que con todo el esfuerzo y dedicación han sabido guiarme por este camino y no han dejado que me rindiera en ningún momento, logrando que consiga todas mis metas tanto profesionales como personales que he tenido a lo largo de mi vida y que se ven reflejados en este proyecto.

Agradecimiento

Le doy las gracias a Dios en primer lugar por permitirme tener salud durante tantos años, también le agradezco a mis padres y a mi hermana el apoyo que siempre me dieron para poder cumplir este sueño y convertirme en una mujer de bien y por último le doy mi más sincero agradecimiento a mis distinguidos maestros y autoridades del Tecnológico Universitario Vida Nueva quienes me forjaron de manera noble y justa durante el transcurso de esta carrera y que hoy me han permitido convertirme en una profesional de éxito.

Tabla de Contenido

Resumen	12
Abstract	13
Introducción	14
Antecedentes	15
Justificación	17
Objetivos	18
Objetivo General	18
Objetivos Específicos	18
Marco Teórico	19
Bases Teóricas	19
Marketing	19
Sincretismo Cultural	19
Sincretismo Cultural y la Apropiación Cultural	20
Planificación Estratégica	20
Planificación Interna y Externa	21
Misión	21
Visión	21
Valores	22
Plan de Marketing	22
Estrategias de Marketing	23
Análisis FODA	24
Fortalezas	24

Oportunidades	25
Debilidades	25
Amenazas	25
Análisis PESTEL	26
Factores Políticos	26
Factores Económicos	26
Factores Sociales	26
Factores Tecnológicos	26
Factores Ecológicos	26
Factores Legales	27
Definición de Términos Básicos	27
Turismo	27
Planificación	28
Estrategia	28
Metodología y Desarrollo del Proyecto	29
Diseño Metodológico	29
Investigación Cualitativa	29
Investigación Cuantitativa	29
Enfoque Descriptivo	30
Enfoque Correlacional	30
Variables y Definición Operacional	30
Plan de Marketing	30
Sincretismo Cultural	31

Diseño de la Investigación	31
Diseño Muestral	32
Población	32
Muestra	32
Técnicas de Recolección de Datos	32
Encuesta	32
Entrevista	33
Técnicas Estadísticas para el Procesamiento de la Información	34
Triangulación de Datos	34
Codificación Axial	34
Interpretación	34
Análisis de Resultados de los Instrumentos	34
Entrevista	35
Conclusión	37
Encuesta	37
Interpretación	54
Propuesta	56
Descripción de la Propuesta	56
Integración de la Asociación de Mujeres de Bordado Zuleta	56
Organigrama	57
Productos Ofertados	57
Materiales	58
Precios	58

	10
Ventas	59
Encuentros	59
Primer Encuentro de Gestores Culturales en Guayllabamba	59
III Encuentro Internacional de Bordadoras	60
Comunidad de Zuleta	60
Análisis Histórico	2
Sincretismo Cultural de Zuleta	2
Cultura	2
Costumbres y Tradiciones	3
Bordados a Mano	3
Fiestas de San Juan	3
Vestimenta	3
Mujeres	3
Hombres	4
Sincretismo Cultural en la Actualidad	4
Sincretismo Cultural de los Bordados a Mano	4
Asociación de Mujeres de Bordado Zuleta	9
Planificación Interna y Externa de la Asociación de Mujeres de Bordado Zuleta	9
Misión	10
Visión	10
Valores	10
Honestidad	10
Respeto	10

	11
Confianza	10
Matriz Pest	10
Diseño Estructural del Plan de Marketing	74
Organigrama Estructural	74
Análisis Interno y Externo de la Asociación de Mujeres de Bordado Zuleta	75
Planificación de Estrategias Internas y Externas	77
Estrategias de Venta	77
Estrategias de Promoción	77
Estrategias de Difusión del Sincretismo Cultural	77
Análisis Final	78
Marketing Mix	79
Logotipo	81
Colores	81
Símbolos	82
Conclusiones	83
Recomendaciones	84
Referencias	85
Anexos	87

Resumen

El presente proyecto tiene el propósito de desarrollar un plan de marketing enfocado en el sincretismo cultural de productos ofertados por la asociación de mujeres de bordados Zuleta, para conseguir este propósito se realizó en primer lugar un análisis enfocado en el sincretismo cultural de los productos ofertados por la asociación, al igual que la elaboración de una metodología de investigación en donde como base de recolección de datos se ocupó dos técnicas que son la encuesta y la entrevista, por último se realizó la generación de nuevas estrategias para incrementar las ventas.

Obteniendo como resultados el levantamiento de información de la venta de estos productos el cual desea crear diversos elementos publicitarios que ayuden a promocionar el mismo, este desea dirigirse hacia un público receptivo y emisivo que se encuentra interesado por el sincretismo cultural de estos bordados y cómo medio de publicidad se generará diversos materiales con un nuevo logotipo que atraiga al cliente.

Dentro del plan de marketing se diseñaron diversas estrategias publicitarias para el desarrollo del turismo de la comunidad de Zuleta, los mismos que ayudaran a incrementar la demanda turística de la comunidad y promocionar a la asociación y su difusión del sincretismo cultural que poseen los productos elaborados con bordados a mano.

Palabras Clave: SINCRETISMO CULTURAL, ZULETA, PLAN DE MARKETING, BORDADOS.

Abstract

The present project has the purpose of developing a marketing plan focused on the cultural syncretism of products offered by the Zuleta's embroidery women association, to achieve this purpose was carried out first an analysis focused on the cultural syncretism of the products offered by the association, as well as the development of a research methodology where as a basis for data collection two techniques were used which are the survey and the interview, finally the generation of new strategies to increase sales was carried out.

Obtaining as results the collection of information on the sale of these products which wants to create various advertising elements that help the promotion of it, this aims to address a receptive and emissive public that is interested in the cultural syncretism of these embroideries and like an advertising method will generate various materials with a new logo that attracts clients.

Within the marketing plan, various advertising strategies were designed for the development of tourism in the community of Zuleta, which will help increase the tourist demand of the community and promote the association and the dissemination of the cultural syncretism that the products made with hand embroidery have.

Keywords: CULTURAL SYNCRETISM, ZULETA, MARKETING PLAN, EMBROIDERY.

Introducción

El presente trabajo de investigación está enfocado en el desarrollo de un plan de marketing con el fin de poder generar un aumento en el desarrollo comercial de este lugar mediante la venta de productos bordados a mano que han venido siendo parte importante en la economía de la comunidad de Zuleta, además se enfoca en él sincretismo cultural y como este tiene importancia en esta comunidad ya que aquí muestran su cultura y la representación que los hace tan impactantes frente a otras comunidades.

La pérdida de identidad cultural de la comunidad de Zuleta ha afectado la venta, promoción y comercialización de artesanías y bordados generados a mano por la asociación de mujeres de bordados Zuleta y otras asociaciones de la comunidad, otro punto débil es que no cuentan con un plan de difusión adecuado para poder promocionar todos sus productos y que además impiden el desarrollo turístico tanto de la organización como de la comunidad.

Se trabajará en la importancia del sincretismo cultural que está representado en los productos que son ofertados por la asociación de mujeres de bordado Zuleta, también en los significados de esos diseños y la utilización de sus colores para crear dichos bordados.

El plan de marketing se propone recuperar el sincretismo cultural a través de estrategias publicitarias como la creación de un nuevo logo para esta asociación, también la generación de elementos que posean el mismo como, por ejemplo: cuadernos, tazas, esferos; enfocadas en la asociación de mujeres de bordados Zuleta con el fin de potencializar y buscar mejoras para esta asociación e incrementar la demanda turística.

Antecedentes

El presente proyecto tiene la finalidad de poder generar un plan de marketing enfocado en un sincretismo cultural que ayude al rescate y promoción de los bordados de las mujeres de la comunidad de Zuleta, parroquia Angochagua, provincia de Imbabura, a través de este plan se va a poder demostrar de forma más factible el arte del bordado y cómo está involucrado en su cultura.

No obstante proyectos similares enfocados al tejido y bordado dentro de esta provincia se han enfocado en el beneficio de las comunidades y la preservación de su legado un claro ejemplo de este mismo es Cabuya Handmade una asociación creada en la ciudad de Barcelona, España; que tiene sedes en la provincia de Azuay, Bolívar e Imbabura, la cual trabaja bajo conversaciones directas y con pactos de comercio justo para poder beneficiar a toda la asociación, además de que los ayudan crear sus productos de manera natural y atractivos al público. Dicho proyecto desea brindarles una fuente de ingreso adicional a las mujeres indígenas la cual puedan ganar independencia en el hogar y también invertir en la educación y habilidades artísticas que las ayudan a empoderarse más de su vida.

En la parroquia de Angochagua existen alrededor de 6 comunidades dedicadas al ámbito artesanal y de bordados si bien es cierto Zuleta es una de las comunidades que más destaca en este ámbito puesto a que ellos realizan bordados realizados 100% de a mano y con diversos diseños que hacen representativa a esta comunidad, también en esta parroquia se puede conocer a la comunidad de la Rinconada y la Magdalena quienes de igual forma realizan este tipo de bordados aunque estos no tienen el mismo impacto que la comunidad principal, otra de las comunidades es la esperanza quienes se han encargado de implementar el dibujo digital es decir que solo se dedican a bordar más no a crear sus diseños.

La Asociación de mujeres de bordado Zuleta nace tras la iniciativa de un grupo de mujeres de esta comunidad que aprovechaban su habilidad en el bordado para generar prendas de vestir, las mismas decidieron agruparse y generar una sociedad para poder vender sus productos en la casa comunal de Zuleta cada 15 días, este tipo de proyecto fue llamativo desde sus inicios ya que les ha permitido a estas mujeres poder generar más ingresos y aunque también tienen tareas en el campo, ellas prefirieron realizar estos bellos diseños.

Las mujeres que pertenecen a esta asociación no sólo trabajan en los bordados también se enfocan en el entorno agrario y ganadero, puesto a que ellas al igual que los hombres han vivido en su mayoría de este sector, aunque en la actualidad no es muy remunerado aún lo siguen haciendo.

El motivo de esta investigación se da tras la notoria falta de difusión de identidad cultural de los productos ofertados por la asociación de mujeres de bordados Zuleta lo que les impide un buen desarrollo turístico de esta organización.

El plan de marketing propuesto es una herramienta que permitirá a la asociación mejorar su imagen y la venta de sus productos, es decir que los ayudará con el nivel de comercialización.

Justificación

La investigación se realiza con el fin de desarrollar diversas estrategias de marketing y de esta forma crear fortalezas para la Asociación de mujeres de bordado de Zuleta, mediante la generación de un plan de marketing se pretende dar a conocer la cultura y tradiciones ancestrales de este sector y mejorar la estabilidad económica. De la misma manera se busca beneficiar a la comunidad mediante fuentes de empleo involucrando de manera directa e indirecta a quienes forman parte de la Asociación de mujeres de bordados de Zuleta.

Por otro lado, se desea analizar y representar el sincretismo cultural en los productos ofertados por la asociación de mujeres de bordados Zuleta ya que mediante la investigación se podrá mejorar el conocimiento sobre su cultura y tradición.

La finalidad de este proyecto es lograr que haya un incremento de visitantes tanto nacionales como extranjeros hacia la comunidad de Zuleta mediante la elaboración de un plan de marketing a través de la utilización de estrategias publicitarias enfocadas en el turismo cultural de los productos ofertados por la asociación de mujeres de bordados Zuleta que pueda mejorar su aspecto social y cultural y de esta forma pueda aumentar el interés de los habitantes en ofertar a su comunidad.

Objetivos

Objetivo General

Desarrollar un plan de marketing enfocado en el sincretismo cultural de productos ofertados por la asociación de mujeres de bordado Zuleta.

Objetivos Específicos

- Investigar los conceptos y fundamentos del plan de marketing enfocado en el sincretismo cultural de productos ofertados por la asociación de mujeres de bordado Zuleta.
- Analizar el sincretismo cultural que está representado en los productos ofertados por la asociación de mujeres de bordado Zuleta para el plan de marketing.
- Determinar la estructura del plan de marketing enfocado en el sincretismo cultural para la difusión de productos ofertados por la asociación de mujeres de bordado Zuleta.

Marco Teórico

Bases Teóricas

Marketing

Según (Talaya & Mondéjar Jiménez, 2022) el marketing se encarga de estudiar cómo se inician, estimulan, facilitan y desarrollan relaciones rentables de valor que buscan satisfacer las necesidades mejor que la competencia y permiten captar mayor valor de los clientes.

El marketing es una serie de actividades que tienen como objetivo satisfacer a los consumidores a través de los productos o servicios mediante la participación de beneficios comerciales; es por esto que se lo considera como un proceso corporativo interno mediante lo cual se planifica con anticipación los medios necesarios para poder incrementar y satisfacer la demanda de productos y servicios que tienen un fin comercial.

Sincretismo Cultural

La interacción entre culturas y las diferencias existentes entre sí traen consigo diversos términos como por ejemplo las subculturas y culturas tradicionales las mismas que se involucran con el origen del sincretismo cultural, es por esto que cabe considerar que en este ámbito se puede tomar como un término importante al etnocentrismo el cual constituye como parte superior sobre los demás ya se de esta cultura un propio criterio exclusivo para otras sociedades grupos. Es de esta manera que podemos tomar a la cultura como un recurso de poder muy simbólico y que tiene una íntima conexión con los ejercicios de poder. Es por esto que según (Bericat, 2016) el poder basado en la aplicación de fuerza bruta es efímero, inestable y endeble, sólo perdura en tanto autoridad, esto es, si los gobernados lo consideran legítimo.

Entonces se deduce que la cultura puede concebir como un capital cultural aquellas clases dominantes que son utilizadas de estratégicamente para distinguirse de las dominadas y que de cierta manera preservarán sus privilegios.

Sincretismo Cultural y la Apropiación Cultural

Según (Martínez, 2021) aquellos que critican este fenómeno y le dan el cariz de la apropiación cultural lo hacen porque consideran que una de esas culturas de alguna manera está saqueando la otra, como si de una forma de colonialismo cultural se tratara, y de alguna manera se beneficiara de un elemento que no le pertenece.

La apropiación cultural y el sincretismo cultural hacen referencia a aquellos cambios culturales que no entienden ningún tipo de juicio de valor y que simplemente suceden de manera espontánea.

Aunque en varios sectores se critica el hecho de que varias culturas se mezclan ahora se trata de un fenómeno natural que no se puede controlar y que de una u otra manera seguirán evolucionando y mezclándose para surgir nuevos tipos de culturas.

Planificación Estratégica

Según (Tirado, 2012) la planificación comercial se integra dentro de un rango superior al que denominamos planificación estratégica, la cual se define como el proceso de mantenimiento de un ajuste viable entre los objetivos y recursos de la compañía y las cambiantes de oportunidades del mercado, con el fin de modelar y reestructurar las áreas de negocio producto de la compañía de forma que den beneficios y crecimiento satisfactorios.

Este va compuesto de cuatro etapas a seguir

- Análisis: supone llevar a cabo un análisis completo de la situación de la compañía en esta se debe realizar un análisis de su entorno para tratar de encontrar oportunidades

atractivas de evitar sus amenazas también se debe analizar todos los puntos fuertes y débiles de la empresa y sus resultados son la base sobre la que desarrollamos las fases siguientes.

- Planificación: en este punto la empresa decide lo que desea alcanzar, por ejemplo, sus objetivos, así como la manera de llegar a tales objetivos mediante estrategias.
- Ejecución: en esto implica poner en funcionamiento la estrategia a través del diseño de acciones que ayudan a alcanzar los objetivos finales.
- Control: se realiza un seguimiento a través de la medición de los resultados del análisis de las causas de los mismos y la toma de medidas correctoras para asegurar el cumplimiento de aquellos objetivos ya propuestos. (Tirado, 2012)

Planificación Interna y Externa

Misión

Según (Thompson, 2006) la misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define: 1) lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, 2) lo que pretende hacer, y 3) el para quién lo va a hacer, y es influenciada en momentos concretos por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o de los propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas.

El autor reafirma que la misión es el sentido común de una empresa es decir aquello que lo hace tan importante y que de cierta manera puede estar influenciada por diversos elementos.

Visión

Según (Thompson, 2006) la visión es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las

nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado, etc.

El autor señala que la visión es hasta donde nosotros queremos llevar nuestra organización u empresa para convertirla en una de las más exitosas y que con liderazgo, entrega e innovación se puede lograr a largo plazo.

Valores

Según (Correa, 2008) los valores organizacionales establecen lo que serán las empresas reales en un determinado grado de esfuerzo para ser competitivos, en las condiciones del entorno. La elección de los valores organizacionales dependerá del propósito, objetivos, metas, de la misión, visión, del pronóstico, de la confiabilidad y consistencia de los datos de la organización.

En sí el autor afirma que los valores son lo que nos va a identificar a la empresa para poder crear redes comerciales mucho más sólidas basadas en diferentes relaciones confiables y éticas, puesto a que serán el reflejo del comportamiento de esta organización basado en varias normas aplicables.

Plan de Marketing

Según (Vallet-Bellmunt, y otros, 2015) el plan de marketing es un documento claro y manejable que ayuda eficazmente a la ejecución de decisiones de marketing y a la optimización de recursos económicos en él se va a resumir tanto la parte estratégica como la parte operativa de marketing.

El plan de marketing viene a hacer un tipo de manual de ayuda para la ejecución de varias estrategias de mercadotecnia y que de cierta manera ayuda en la parte operativa de un proyecto.

Estrategias de Marketing

Según (Tirado, 2012) la selección de la estrategia de marketing supone la definición de la manera de alcanzar los objetivos de marketing establecidos. Esta decisión tendrá la implementación de un conjunto de acciones (las 4 P) que la hagan posible en un horizonte temporal y un presupuesto concreto.

Se cuenta con diferentes tipos de estrategias de marketing como, por ejemplo: estrategias de crecimiento competitivas y según la ventaja competitiva.

Estrategia de Crecimiento

Estrategia de Crecimiento Intensivo: persigue un crecimiento mediante la actuación de los mercados y productos con los que la empresa ya está operando.

Estrategia de Crecimiento por Diversificación: persigue crecimiento basándose en las oportunidades detectadas en otros mercados distinto al actual en los que se introducen productos distintos de los actuales.

Estrategias de Crecimiento por Integración: persiguen el crecimiento a través de un desarrollo que puede orientarse en 3 direcciones los cuales son: vertical hacia atrás, vertical hacia adelante y de integración horizontal.

Las estrategias de marketing son aquellos métodos operativos que se trazan y se describen para realizar procedimientos que de cierta manera nos ayuden a lograr objetivos específicos ya sea corto, mediano o largo plazo.

Este tipo de estrategias ayudará a poder cumplir con aquellos objetivos que fueron trazados minuciosamente, y que nos ayudan a crear oportunidades de negocios y establecer un orden necesario dentro de la empresa.

Análisis FODA

Según (Sarli, González, & Ayres, 2015) el análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas.

El análisis FODA es una herramienta que nos ayuda a considerar la situación de una empresa tanto interna como externamente y determinando aquellos factores crear diversas estrategias.

Figura 1

Análisis FODA o DAFO



Nota. El gráfico hace referencia a la representación al análisis estratégico de una empresa.

Tomado de Huerta, D. S. (2020). Análisis foda o dafo. Bubok.

Fortalezas

Hace referencia a aquellos puntos fuertes y ventajas de una empresa las cuales le sirven como aspectos positivos para el futuro de esta organización.

Según (Sarli, González, & Ayres, 2015) son los recursos considerados valiosos y la misma capacidad competitiva de la organización como un logro que brinda esta o una situación favorable en el medio social.

Oportunidades

Estos representan a todas aquellas posibilidades que puede tener una empresa y de las cuales se va a poder beneficiar para alcanzar todos sus objetivos.

Según (Ballesteros, y otros, 2010) se definen como aquellos factores externos que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el medio.

Debilidades

Hacen referencia aquellos defectos que ocurren dentro de esta organización y que de cierta manera no benefician a la empresa y los pone en desventaja con la competencia.

Según (Ballesteros, y otros, 2010) se definen como aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente al medio, que entorpecen el alcance de los objetivos o que enlentecen los procesos, como recursos insuficientes, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente.

Amenazas

Son aquellas situaciones problemáticas u obstáculos que enfrenta una empresa y que de cierta manera tienen que combatir durante el transcurso de esta ya que si no se crean estrategias para erradicarlas pon en riesgo la permanencia de dicha empresa.

Según (Ballesteros, y otros, 2010) se definen como aquellas situaciones que provienen del entorno, que se vislumbran como riesgos significativos y que pueden llegar a atentar contra el prestigio institucional.

Análisis PESTEL

Según (Fuente, 2022) el análisis Pest o análisis Pestel es una herramienta de trabajo estratégico que analiza las fuerzas de externas que afectan a una organización.

Es decir, qué es una herramienta que ayuda a poder analizar y monitorizar aquellos factores que tienen un impacto sobre esta organización y que de cierta manera influyen sobre el mismo, esta va de la mano de una matriz FODA.

Para realizar un análisis Pestel se deben identificar varios factores como, por ejemplo:

Factores Políticos

Estos hacen referencia al análisis de las políticas donde opera la empresa y cómo está repercute en las decisiones que se adopten para dicha empresa.

Factores Económicos

Son todos los cambios económicos como por ejemplo la inflación, la tasa de empleo o el poder adquisitivo, los mismos que afectan a una empresa

Factores Sociales

Hace referencia a todos los cambios ya sea de comportamiento, moda o tendencias en los clientes, así como también el nivel demográfico en la que se encuentra una sociedad.

Factores Tecnológicos

Está enfocado hacia la accesibilidad tecnológica y sus actualizaciones a nivel mundial ya que en los últimos años ha decidido alcanzar niveles de crecimiento mucho más grandes.

Factores Ecológicos

Está relacionado con aquellos factores medioambientales en los cuales la empresa se relaciona con la conciencia social de los consumidores y la importancia de su cuidado.

Factores Legales

Tiene un enfoque hacia las normativas legales relacionadas con esta organización y que de cierta manera puedan afectar la positiva o negativamente hoy dicho esto se puede adaptar al contexto legal vigente.

Figura 2

Ejemplo de análisis PESTEL



Nota. Características de un análisis Pestel. Tomado de *Que es el análisis PESTEL: Cómo se hace un análisis PESTEL paso a paso, ejemplos / Simla.com.* (s. f.).

<https://www.simla.com/blog/analisis-pestel>

Definición de Términos Básicos

Turismo

Según (Pedregal, 2020) el término “ turismo” refiere al conjunto de prácticas y dispositivos socio tecnológicos que, a través de la administración ideológica de una componenda entre lo deseable y lo posible, anima y facilita que individuos de ciertos grupos sociales imaginen

que pasa su tiempo de ocio alejados de su rutina cotidiana, así como las prácticas que estos realizan en los territorios que visitan y los procesos sociales y ambientales que su presencia induce.

El autor menciona que el turismo hace referencia a todas aquellas prácticas y métodos tanto sociales como tecnológicos nos facilita aprovechar un tiempo de ocio mediante la visita hacia otros lugares, es decir nos ayudan a imaginar cómo sería nuestro tiempo en un lugar apartado de nuestra vida cotidiana y como este nos ayudaría hoy a salir de nuestra zona de confort.

Planificación

El proceso de establecer metas y elegir medios para alcanzar dichas metas. (Stoner, Freeman, & Gilbert Jr, 1996)

Según los autores mencionan que es un proceso en el cual se debe marcar ciertos objetivos ya sea a largo o corto plazo que se deseen cumplir y también elegir aquellos métodos o técnicas que se van a ocupar para poder cumplir dichos objetivos.

Estrategia

Es la determinación de las metas y objetivos de una empresa a largo plazo, las acciones de emprender y la asignación de recursos necesarios para el logro de dichas metas. (Chandler, 2003)

Según el autor afirma que este concepto hace referencia a un enfoque de cumplimiento mediante el análisis de varias metas u objetivos que se desean cumplir en una empresa y que para esto se necesitan muchas ideas innovadoras y aplicables para el logro de los mismos.

Metodología y Desarrollo del Proyecto

Diseño Metodológico

En esta investigación se aplicará la metodología mixta que permitirá determinar las cualidades necesarias para poder desarrollar el plan de marketing.

Investigación Cualitativa

Según (Pita Fernández & Pértegas Díaz, 2002) trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su sistema de relaciones, su estructura dinámica.

Hace referencia a la recolección de datos más que no tienen que ver con hoy una ponderación de números.

Es cualitativo porque se basa en la interpretación de resultados mediante criterios de preferencia direccionado a los productos ofertados por la Asociación de mujeres de bordados Zuleta.

Investigación Cuantitativa

Según (Pita Fernández & Pértegas Díaz, 2002) es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre las variables.

Hace referencia a la recolección de datos importantes dentro de una investigación cuál es su cantidad ya sea positiva o negativa hacia la investigación.

Es cuantitativo porque se basa en el análisis estadístico de preferencias en consumidores de los productos ofertados por la Asociación de mujeres de bordado Zuleta.

Al unir las 2 metodologías obtendrá un panorama general estadístico interpretativo para formular la propuesta y adecuar las características de los productos ofertados para la Asociación de mujeres de bordado Zuleta.

Enfoque Descriptivo

Según (Arias, 2021) analiza las características de una población o fenómeno sin entrar a conocer las relaciones entre ellas.

Es descriptivo porque nos ayuda a manejar la observación y el análisis profundo del estudio de un individuo o de un grupo. Aprendemos a crear un análisis sobre los comportamientos de dichos grupos.

Enfoque Correlacional

Según (Velázquez, 2023) es un tipo de método de investigación no experimental en el cual el investigador mide 2 variables. Entiende y evalúa la relación estadística entre ellas sin influencia de ninguna variable extraña.

Hace referencia a una investigación en la cual las variables interactúan entre sí y se mide la relación que tiene la una con la otra.

Es correlacionar porque el sincretismo es un punto clave en la venta del bordado a mano hecha por la asociación de mujeres de bordado Zuleta ya que gracias a su simbolismo hace a este producto algo interesante e innovador de la comunidad en la que se manejan y por lo tanto tiene que ver con el marketing ya que de este depende para elaborar algún plan que se relacionen con el rescate de este.

Variables y Definición Operacional

Variabes Dependientes: plan de marketing

Plan de Marketing

Según (Miñarro, 2022) es un documento en forma de texto o presentación donde se recogen todos los estudios de mercado realizados por la empresa, los objetivos de marketing a conseguir, las estrategias a implementar y la planificación para llevarlo a cabo. Un plan de

marketing es, por tanto, la guía que orienta la empresa a la hora de determinar los pasos a seguir en cada momento.

El plan de marketing será utilizado con el fin de implementar estrategias que ayuden a la difusión del sincretismo cultural de la comunidad y aumentar su importancia en la elaboración de los productos.

VARIABLES INDEPENDIENTES:

Sincretismo Cultural

Según (Martínez, 2021) es un proceso de mezcla de culturas que pueden darse mediante la hibridación o el mestizaje entre 2 o más de ellas.

El sincretismo cultural de los bordados a mano de la asociación de mujeres de bordado Zuleta va a generar un realce positivo para la creación de un plan de marketing apuesto a que esto será uno de los factores más importantes a resaltar durante la elaboración del mismo.

Diseño de la Investigación

El desarrollo de un plan de marketing enfocado en el sincretismo cultural de productos ofertados por la asociación de mujeres de bordados Zuleta, utilizó el enfoque descriptivo con la finalidad de especificar propiedades, características, atributos y fenómenos enmarcados en el sincretismo cultural a través de los bordados de la asociación de mujeres de bordado Zuleta.

Por su parte el estudio explicativo analiza las causas del fenómeno de estudio (sincretismo cultural- plan de marketing) de manera que se pueda precisar, responder y explicar el aporte del plan de marketing al sincretismo cultural.

El propósito del estudio del fenómeno explicativo se basa en interpretar el sincretismo cultural desde el simbolismo representativo de la identidad de la comunidad de Zuleta apreciada por el turista.

El carácter longitudinal permite fundamentar el diseño no experimental basado en los datos de naturaleza cultural.

Diseño Muestral

Población

Se tomará como población de estudio a los turistas que adquieren productos de la asociación de mujeres de bordado Zuleta, ya que estos son los principales participantes que nos brindarán información sobre el tipo de producto que es ofertado y cómo lo hacen.

Muestra

Es de carácter no estadístico, por conveniencia de la investigación.

Tabla 1

Personas encuestadas

Encuestados	Cantidad
Artesanos	28
Bordadores	12
Turistas nacionales	35
Turistas extranjeros	25
Total	100

Nota. Cantidad de personas encuestadas en la comunidad de Zuleta con el fin de obtener datos referentes a la investigación.

Técnicas de Recolección de Datos

Encuesta

Según (Quishpe Parí & Sánchez Mamani, 2011) es una técnica de investigación que se efectúa mediante la elaboración de cuestionarios y entrevistas de manera verbal o escrita que se

hace a una población, está generalmente se hace a un grupo de personas y pocas veces a un solo individuo, el propósito es el de obtener información mediante el acopio de datos cuyo análisis e interpretación permiten tener una idea de la realidad para sugerir hipótesis y poder dirigir las fases de investigación.

Es una investigación realizada con el fin de obtener información de una gran cantidad de características objetivas de un grupo en especial, en esta se puede llevar a cabo diversos procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de obtener respuestas.

Este tipo de investigación tendrá varias preguntas ya sean de opción múltiple o con respuestas abiertas.

Entrevista

Según (Quishpe Parí & Sánchez Mamani, 2011) consiste en la comunicación verbal entre el entrevistador y entrevistado con el fin de obtener datos, debe ser previamente diseñada en función al tema de estudio.

Es una técnica de investigación cualitativa que ayuda a recabar varios datos en una conversación de la cual se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar, también se lo conoce como un instrumento técnico que adapta la forma de un diálogo.

Este tipo de investigación constará al igual que una encuesta con diferentes preguntas que deberán ser respondidas por parte del entrevistado y de las cuales se tomará en cuenta para desarrollar el proyecto.

Técnicas Estadísticas para el Procesamiento de la Información

Triangulación de Datos

Es un procedimiento de verificación en el cual los investigadores buscan la similitud entre múltiples y diferentes fuentes de información para lograr formar temas hoy realizar análisis de estudio.

Este tipo de técnica de procesamiento de la información ofrece proporcionar fuentes adicionales de una información valiosa, también nos ayuda a minimizar la deficiencia de una investigación, ya al complementarse las 3 fuentes de datos se podrá obtener información mucho más rica y completa.

Codificación Axial

Este hace referencia a un proceso de identificación en el cual se relacionan varias categorías obtenidas de una codificación abierta, esta se encuentra determinada por las propiedades y dimensiones de otras subcategorías que se quieren relacionar entre sí.

Interpretación

Este es una parte más intelectual del proceso de análisis hoy del proyecto ya que tiene como objetivo darle un sentido a la investigación mediante el contraste de varios resultados y lo que conocemos como nuestro problema.

Análisis de Resultados de los Instrumentos

Dentro del presente proyecto se realizará un análisis de interpretación de datos hoy qué se realizó tras la tabulación total de los datos recogidos tanto en la entrevista como en la encuesta. La entrevista estuvo aplicada a una de las bordadoras de la asociación de mujeres de bordado Zuleta. En caso de la encuesta estuvo aplicada la cantidad de 100 encuestas las cuales contaban

con 13 preguntas que fueron de gran ayuda para tener un mejor enfoque sobre lo que se desea realizar en este plan de marketing.

Entrevista

El día 4 de marzo del año 2023 se realizó la entrevista a la señora María Petrona Puma Puma una de las bordadoras de la comunidad de Zuleta y madre de familia quien desde los 12 años ha realizado este tipo de trabajo y del cual genera ciertos ingresos que le ayudan a poder mantener su hogar, en la que se realizó 7 preguntas en base a los conocimientos teóricos sobre el sincretismo cultural, la promoción y el marketing de la asociación de mujeres de bordado Zuleta la misma que se encuentra ubicada en la comunidad de Zuleta.

1. ¿Considera usted que el sincretismo cultural es uno de los puntos más importantes en la elaboración de los diseños de bordados a mano?

Si, porque nuestro bordado muestra la cultura y tradición que nuestros ancestros nos han dejado como herencia y que nosotros no queremos dejar porque forma parte de nuestras raíces.

2. ¿Usted cree que el simbolismo de los bordados ayuda a representar a la comunidad de Zuleta?

Si, porque el bordado a mano que nosotros realizamos es creado con elementos gráficos y colores representativos de la comunidad como por ejemplo el gallo que es un animal representativo de una de las fiestas más importantes de nuestra comunidad llamada “San Juan”.

3. ¿Cuáles son los principales problemas que cree usted que acaparan la promoción de la Asociación de Mujeres de Bordado Zuleta?

Lamentablemente no contamos con el apoyo debido por parte del presidente de la comunidad ya que se centran más en lo político que en lo cultural que es lo que a nosotros nos representa.

4. ¿Qué tan importante considera usted que es la elaboración de un plan de marketing enfocado en la difusión del sincretismo cultural?

En mi calidad de bordadora yo creo que si es muy importante la elaboración de un plan de marketing enfocado en el sincretismo cultural ya que este puede generar una mayor atracción hacia nuestra comunidad.

5. ¿Actualmente la asociación de mujeres de bordado Zuleta cuenta con el apoyo de un departamento de marketing que genere estrategias de promoción?

Nosotros actualmente no contamos con un Departamento de marketing en la asociación que nos pueda apoyar en la elaboración de foros publicitarios para la venta de nuestros bordados.

6. ¿En qué época del año genera más ventas la asociación de mujeres de bordado Zuleta?

Nosotros logramos generar más ventas en varias épocas del año como, por ejemplo: el 2 de noviembre en donde se celebra el día de los difuntos y varios turistas viene a conocer y de paso comprar nuestros bordados, otras de las fechas más importantes en donde generamos la mayor cantidad de ventas es en las fiestas de San Juan ya que a esta asisten incluso turistas extranjeros que deciden llevarse estos bordados como recuerdos de su visita a nuestra comunidad.

7. ¿Qué considera usted que le falta a la Asociación de Mujeres de Bordado Zuleta para ser bien promocionada?

Nos hace falta un experto en marketing que elabore estrategias de promoción para nuestros bordados y el apoyo de entidades públicas como por ejemplo el Ministerio de Turismo quienes no nos han dado la debida importancia a la elaboración de este tipo de arte llamado el

bordado a mano que nosotras las mujeres de esta asociación merecemos en conjunto con nuestra comunidad.

Conclusión

En la asociación de Mujeres de Bordado Zuleta se determina que son una organización enfocada a la elaboración de productos con características culturales adquiridas por su comunidad que lamentablemente no ha sido muy bien promocionada y que busca de la misma manera generar alianzas con otras entidades públicas que las ayudan a ser promocionadas a nivel nacional e internacional de manera debida, además de que buscan que sus productos sean valorados por su gran esfuerzo al hacerlos y en donde demuestran su cultura e iconos representativos de la comunidad.

Encuesta

Pregunta 1: Sexo

Tabla 2

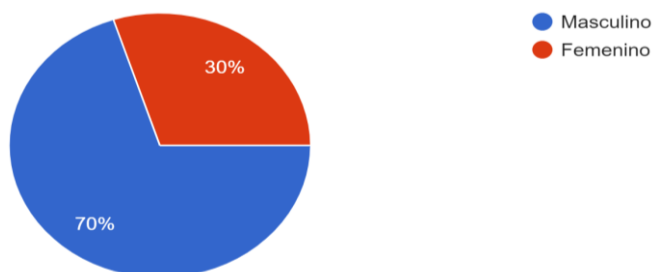
Tabulación de datos de la pregunta 1

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	70	70%
Femenino	30	30%
Total	100	100%

Nota. Los encuestados en su mayoría son del género masculino.

Figura 3

Resultados pregunta 1



Nota. El 70% de las personas encuestados son del género masculino.

Análisis:

De las 100 personas seleccionadas entre artesanos, socias y turistas escogidos para la realización de esta encuesta y de los cuales refleja el 100% se determina que el 70% es del género masculino el cual equivale a 70 personas de este género y el otro 30% que pertenecen al género femenino de las cuales 30 personas pertenecen a este género.

Pregunta 2: Edad

Tabla 3

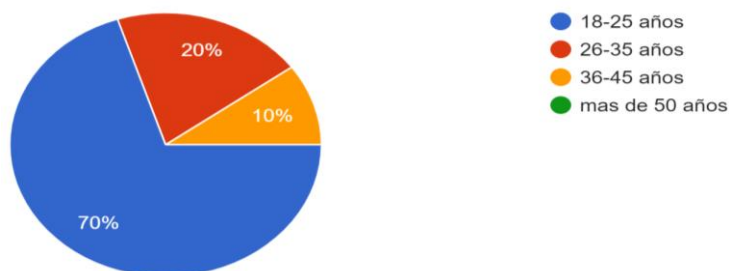
Tabulación de datos de la pregunta 2

Datos	Frecuencia	Porcentaje
18-25 años	70	70%
26-35 años	20	20%
36-45 años	10	10%
Mas de 50 años	0	0%
Total	100	100%

Nota. La mayoría de encuestados está en un rango de edad de 18-25 años.

Figura 4

Resultados pregunta 2



Nota. El 70% de personas encuestadas están en el rango de edad de entre 18-25 años.

Análisis:

De las 100 personas seleccionadas entre artesanos, socias y turistas escogidos para la realización de esta encuesta y de los cuales refleja el 100% se determina que el 70% está entre los 18-25 años el cual equivale a 70 personas en este intervalo de edad, el 20% está entre los 26-35 años el cual equivale a 20 personas en este intervalo de edad, el 10% está entre los 36-45 años el cual equivale a 10 personas y finalmente el 0% hace referencia a la edad de más 50 años del cual no hay registro de encuestados.

Pregunta 3: Nivel de educación

Tabla 4

Tabulación de datos de la pregunta 3

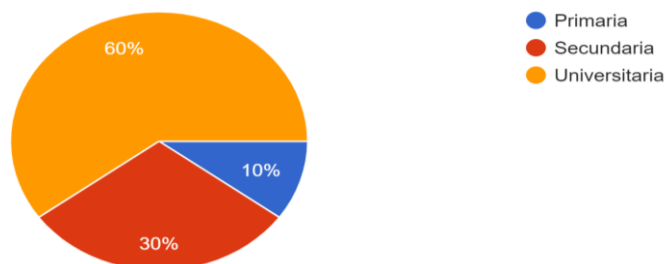
Datos	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	10	10%
Secundaria	30	30%
Universitario	60	60%

Total	100	100%
--------------	------------	-------------

Nota. La mayoría de encuestados tienen nivel de educación universitaria.

Figura 5

Resultados pregunta 3



Nota. El 60 % de encuestados tiene un nivel de educación universitaria.

Análisis:

Con la cantidad de 100 personas seleccionadas entre artesanos, socios y turistas escogidos para la realización de esta encuesta y de los cuales refleja el 100% se determina que el 60% es universitario lo cual equivale a 60 personas de este nivel educacional, el 30% es secundario lo cual equivale a 30 personas de este nivel educacional y el otro 10% es primario lo cual equivale a 10 personas de este nivel educacional.

Pregunta 4: Dependencia

Tabla 5

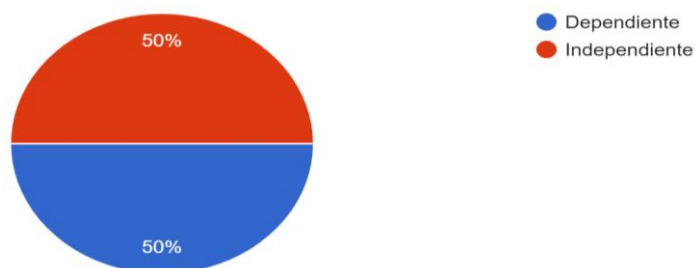
Tabulación de datos de la pregunta 4

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Dependiente	50	50%
Independiente	50	50%
Total	100	100%

Nota. La mitad de encuestados son dependientes y la otra mitad son independientes de una organización.

Figura 6

Resultados pregunta 4



Nota. El 50% de encuestados son dependientes y el otro 50% son independientes de una organización.

Análisis:

De acuerdo a los resultados se determina que el 50% es dependiente de una organización el cual equivale a 50 personas que son dependientes de la misma y el otro 50% es independiente de una organización de las cuales 50 personas que son independientes de esta.

Pregunta 5: El sincretismo cultural es una adaptación de varias culturas, hoy creencias y tradiciones que da lugar a una nueva sociedad con sus características, por lo tanto, ¿Crees que está tiene que ver con los diseños de los bordados a mano?

Tabla 6

Tabulación de datos de la pregunta 5

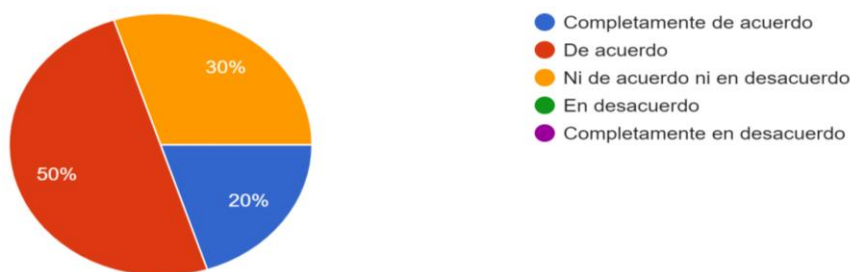
Datos	Frecuencia	Porcentaje
Completamente de acuerdo	20	20%
De acuerdo	50	50%

Ni de acuerdo ni en desacuerdo	30	30%
En desacuerdo	0	0%
Completamente en desacuerdo	0	0%
Total	100	100%

Nota. La mayoría de encuestados está de acuerdo con el sincretismo en los diseños de los bordados a mano.

Figura 7

Resultados pregunta 5



Nota. El 50% de encuestados está de acuerdo con el sincretismo en los diseños de los bordados a mano.

Análisis:

Gracias a los datos recolectados se determina que el 20% está completamente de acuerdo con el sincretismo en los diseños de los bordados a mano lo cual equivale a 20 personas, el 50% está de acuerdo con el sincretismo en los diseños de los bordados a mano el cual equivale a 50 personas, el 30% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con el sincretismo en los diseños de los bordados a mano lo cual equivale a 30 personas y finalmente el 0% no está en desacuerdo ni completamente en desacuerdo con el sincretismo en los diseños de los bordados a mano.

Pregunta 6: El simbolismo es una idea u objeto que puede representar múltiples cosas, de esta manera considera usted que ¿El simbolismo es parte significativa de elaboración de los diseños de los bordados a mano?

Tabla 7

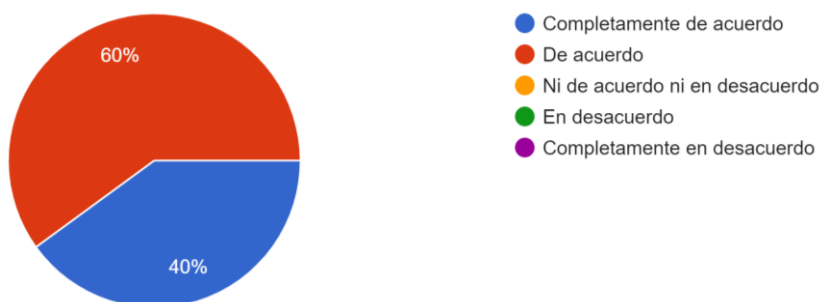
Tabulación de datos de la pregunta 6

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Completamente de acuerdo	40	40%
De acuerdo	60	60%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Completamente en desacuerdo	0	0%
Total	100	100%

Nota. La mayoría de encuestados está de acuerdo con el simbolismo en los diseños de los bordados a mano.

Figura 8

Resultados pregunta 6



Nota. El 60% de encuestados está de acuerdo con el simbolismo en los diseños de los bordados a mano.

Análisis:

Tras la recolección de datos se determina que el 40% está completamente de acuerdo con el simbolismo en los diseños de los bordados a mano lo cual equivale a 40 personas, el 60% está de acuerdo con el simbolismo en los diseños de los bordados a mano el cual equivale a 60 personas y finalmente el 0% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, tampoco en desacuerdo, ni completamente en desacuerdo con el simbolismo en los diseños de los bordados a mano.

Pregunta 7: ¿Considera usted que el plan de marketing elaborado ayudará a mejorar la promoción de los bordados a mano de la asociación de mujeres de bordado soleta?

Tabla 8

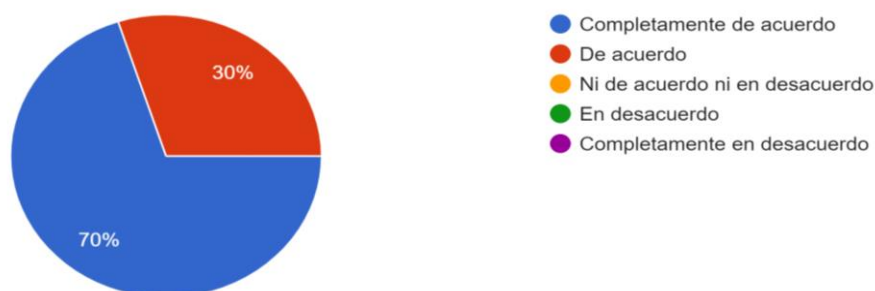
Tabulación de datos de la pregunta 7

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Completamente de acuerdo	70	70%
De acuerdo	30	30%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Completamente en desacuerdo	0	0%
Total	100	100%

Nota. La mayoría de encuestados está completamente de acuerdo con el plan de marketing elaborado para mejorar la promoción de los bordados a mano de la Asociación de mujeres de bordado Zuleta.

Figura 9

Resultados pregunta 7



Nota. El 70% de encuestados está de acuerdo con el plan de marketing elaborado para mejorar la promoción de los bordados a mano de la Asociación de mujeres de bordado Zuleta.

Análisis:

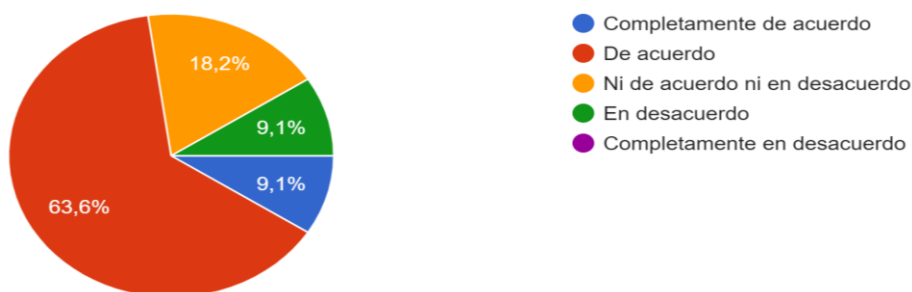
Del 100% de encuestados se determina que el 70% está completamente de acuerdo con el plan de marketing elaborado para mejorar la promoción de los bordados a mano de la Asociación de mujeres de bordado Zuleta lo cual equivale a 70 personas, el 30% está de acuerdo con el plan de marketing elaborado para mejorar la promoción de los bordados a mano de la Asociación de mujeres de bordado Zuleta el cual equivale a 30 personas y finalmente el 0% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, tampoco en desacuerdo, ni completamente en desacuerdo con el plan de marketing elaborado para mejorar la promoción de los bordados a mano de la Asociación de mujeres de bordado Zuleta.

Pregunta 8: Con respecto al sincretismo cultural de los bordados a mano de la asociación de mujeres de bordado Zuleta, ¿Cree usted que hay la debida importancia de difusión de este tema?

Tabla 9*Tabulación de datos de la pregunta 8*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Completamente de acuerdo	9	9,1%
De acuerdo	64	63,3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	18,2%
En desacuerdo	9	9,1%
Completamente en desacuerdo	0	0%
Total	100	100%

Nota. La mayoría de encuestados está de acuerdo con con la importancia de difusión del sincretismo cultural en los bordados a mano.

Figura 10*Resultados pregunta 8*

Nota. El 63.6% de encuestados está de acuerdo con la importancia de difusión del sincretismo cultural en los bordados a mano.

Análisis:

Mediante la selección de 100 personas entre artesanos, socias y turistas escogidos para la realización de esta encuesta y de los cuales refleja el 100% se determina que el 9,1% está

completamente de acuerdo con la importancia de difusión del sincretismo cultural en los bordados a mano el cual equivale a 9 personas, el 63,6% está de acuerdo con la importancia de difusión del sincretismo cultural en los bordados a mano el cual equivale a 64 personas, el 18,2% está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la importancia de difusión del sincretismo cultural en los bordados a mano el cual equivale a 18 personas, el 9,1% está en desacuerdo con la importancia de difusión del sincretismo cultural en los bordados a mano el cual equivale a 9 personas y finalmente el 0% pertenece a quienes están completamente en desacuerdo con la importancia de difusión del sincretismo cultural en los bordados a mano lo que equivale a 0 personas en este rango.

Pregunta 9: ¿Considera usted que se le ha dado la importancia que merece al marketing en la Asociación de mujeres de bordado Zuleta?

Tabla 10

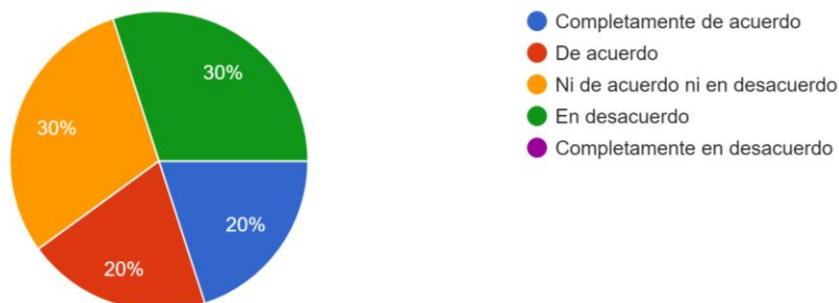
Tabulación de datos de la pregunta 9

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Completamente de acuerdo	20	20 %
De acuerdo	20	20%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	30	30%
En desacuerdo	30	30%
Completamente en desacuerdo	0	0%
Total	100	100%

Nota. La mayoría de encuestados esta ni de acuerdo ni en desacuerdo con la importancia que se le ha dado al marketing en la asociación.

Figura 11

Resultados pregunta 9



Nota. El 30% de encuestados esta ni de acuerdo ni en desacuerdo con la importancia que se le ha dado al marketing en la asociación.

Análisis:

Conforme a las 100 personas seleccionadas para la realización de esta encuesta se determina que el 20% está completamente de acuerdo con la importancia que se le ha dado al marketing en la asociación el cual equivale a 20 personas, el 20% está de acuerdo con la importancia que se le ha dado al marketing en la asociación el cual equivale a 20 personas, el 30% está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la importancia que se le ha dado al marketing en la asociación el cual equivale a 30 personas, el 30 % está en desacuerdo con la importancia que se le ha dado al marketing en la asociación el cual equivale a 30 personas y finalmente el 0% pertenece a quienes están completamente en desacuerdo con la importancia que se le ha dado al marketing en la asociación lo que equivale a 0 personas en este rango.

Pregunta 10: Con la implementación de una correcta estructura de marketing, ¿Cree usted que pueda incrementarse la venta de los bordados a mano?

Tabla 11

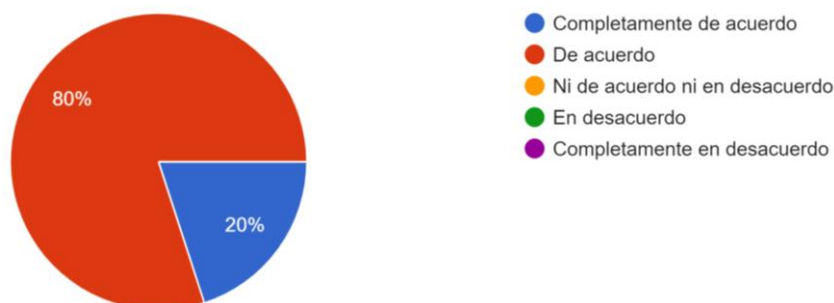
Tabulación de datos de la pregunta 10

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Completamente de acuerdo	20	20 %
De acuerdo	80	80%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Completamente en desacuerdo	0	0%
Total	100	100%

Nota. La mayoría de encuestados está de acuerdo con el plan de marketing para incrementar la venta de los bordados a mano de la Asociación de mujeres de bordado Zuleta.

Figura 12

Resultados pregunta 10



Nota. El 80% de encuestados está de acuerdo con el plan de marketing para incrementar la venta de los bordados a mano de la Asociación de mujeres de bordado Zuleta.

Análisis:

Se determina gracias a la encuesta que el 20% está completamente de acuerdo con el plan de marketing para incrementar la venta de los bordados a mano de la Asociación de mujeres de

bordado Zuleta lo cual equivale a 20 personas, el 80% está de acuerdo con el plan de marketing para incrementar la venta de los bordados a mano de la Asociación de mujeres de bordado Zuleta el cual equivale a 80 personas y finalmente el 0% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, tampoco en desacuerdo, ni completamente en desacuerdo con el plan de marketing para incrementar la venta de los bordados a mano de la Asociación de mujeres de bordado Zuleta.

Pregunta 11: ¿Cree que el encargado de marketing debe generar más ideas innovadoras para la promoción y venta de los productos?

Tabla 12

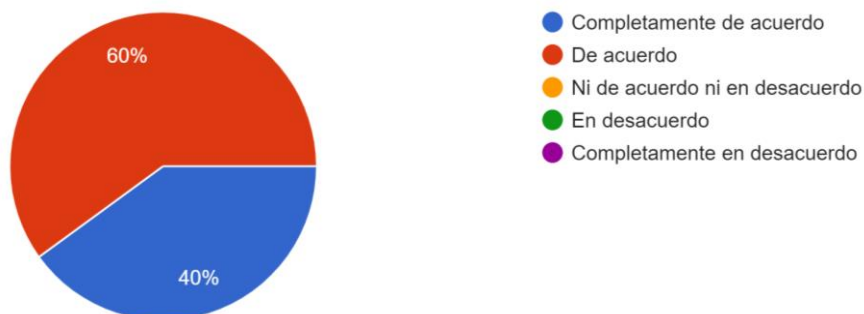
Tabulación de datos de la pregunta 11

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Completamente de acuerdo	40	40%
De acuerdo	60	60%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Completamente en desacuerdo	0	0%
Total	100	100%

Nota. La mayoría de encuestados está de acuerdo con que el encargado debe generar ideas más innovadoras para la promoción y venta de los productos.

Figura 13

Resultados pregunta 11



Nota. El 60% de encuestados está de acuerdo con que el encargado debe generar ideas más innovadoras para la promoción y venta de los productos.

Análisis:

Después de la colaboración de 100 personas seleccionadas entre artesanos, socias y turistas escogidos para la realización de esta encuesta y de los cuales refleja el 100% se determina que el 40% está completamente de acuerdo con que el encargado debe generar ideas más innovadoras para la promoción y venta de los productos lo cual equivale a 40 personas, el 60% está de acuerdo con que el encargado debe generar ideas más innovadoras para la promoción y venta de los productos el cual equivale a 60 personas y finalmente el 0% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, tampoco en desacuerdo, ni completamente en desacuerdo con que el encargado debe generar ideas más innovadoras para la promoción y venta de los productos.

Pregunta 12: mediante la elaboración del plan de marketing se busca generar mayor ingreso y difusión del sincretismo cultural, ¿Estás de acuerdo con la implementación de este?

Tabla 13

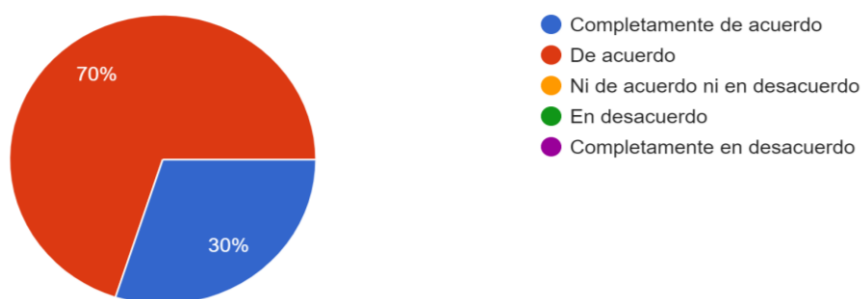
Tabulación de datos de la pregunta 12

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Completamente de acuerdo	30	30%
De acuerdo	70	70%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Completamente en desacuerdo	0	0%
Total	100	100%

Nota. La mayoría de encuestados está de acuerdo con la elaboración del plan de marketing para generar mayor ingreso y difusión del sincretismo cultural.

Figura 14

Resultados pregunta 12



Nota. El 70% de encuestados está de acuerdo con la elaboración del plan de marketing para generar mayor ingreso y difusión del sincretismo cultural.

Análisis:

De las 100 personas seleccionadas se determina que el 30% está completamente de acuerdo con la elaboración del plan de marketing para generar mayor ingreso y difusión del

sincretismo cultural lo cual equivale a 30 personas, el 70% está de acuerdo con la elaboración del plan de marketing para generar mayor ingreso y difusión del sincretismo cultural el cual equivale a 70 personas y finalmente el 0% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, tampoco en desacuerdo, ni completamente en desacuerdo con la elaboración del plan de marketing para generar mayor ingreso y difusión del sincretismo cultural.

Pregunta 13: La comunidad de Zuleta se ha abierto paso en el mundo del turismo gracias a sus costumbres y tradiciones y como un punto clave de esto es la elaboración de estos bordados que representa muy bien su cultura así que, ¿Cree usted que es un gran aporte de la comunidad al marketing y al sincretismo?

Tabla 14

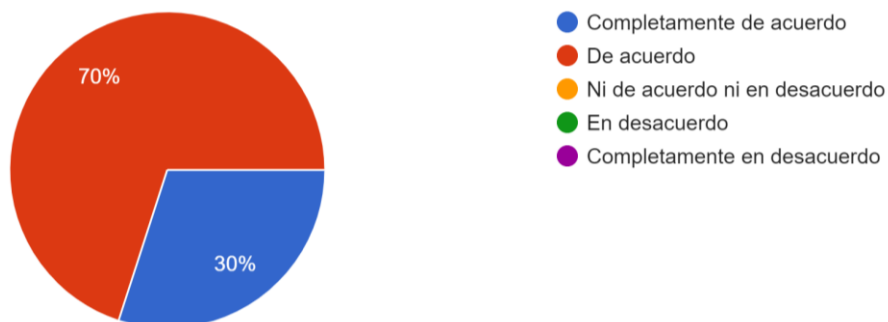
Tabulación de datos de la pregunta 13

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Completamente de acuerdo	30	30%
De acuerdo	70	70%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Completamente en desacuerdo	0	0%
Total	100	100%

Nota. La mayoría de encuestados está de acuerdo con que la comunidad ha generado un gran aporte al marketing y al sincretismo.

Figura 15

Resultados pregunta 13



Nota. El 70% de encuestados está de acuerdo con que la comunidad ha generado un gran aporte al marketing y al sincretismo.

Análisis:

El 100% de encuestados determina que el 30% está completamente de acuerdo con que la comunidad ha generado un gran aporte al marketing y al sincretismo lo cual equivale a 30 personas, el 70% está de acuerdo con que la comunidad ha generado un gran aporte al marketing y al sincretismo el cual equivale a 70 personas y finalmente el 0% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, tampoco en desacuerdo, ni completamente en desacuerdo con que la comunidad ha generado un gran aporte al marketing y al sincretismo.

Interpretación

Según los datos recolectados mediante la encuesta realizada a 100 personas entre ellos artesanos, socios y turistas se determina que el marketing en esta asociación se encuentra inestable por lo que se sugiere crear nuevos planes de marketing que ayuden a la promoción y venta de estos productos que de cierta manera muestran la cultura de la comunidad de Zuleta y que de ésta se beneficia toda su población.

Otro de los puntos que se tiene en cuenta es que el sincretismo cultural son uno de los factores importantes al momento de elaborar este tipo de bordados ya que como bien mencionamos anteriormente es parte de la cultura de esta comunidad es decir su identidad neta en dibujos con diferentes formas, símbolos y colores.

Propuesta

Descripción de la Propuesta

El desarrollo de un plan de marketing enfocado en el sincretismo cultural de productos ofertados por la asociación de mujeres de bordados Zuleta busca potencializar la venta de estos mismos con la creación de diversos elementos publicitarios que se realizaran para poder tener éxito en la aplicación de los mismo.

Este plan está dirigido hacia un público receptivo y emisor, ya que mediante la creación de un nuevo logotipo que se puede utilizar para esta sucesión sí logrará aumentar la oferta de la demanda, es por esto que se utiliza colores llamativos y figuras interesantes.

Mediante la utilización de diversos materiales se crea la publicidad necesaria para generar mayores ventas de estos productos.

Integración de la Asociación de Mujeres de Bordado Zuleta

Figura 16

Integrantes de la asociación de mujeres de bordado Zuleta

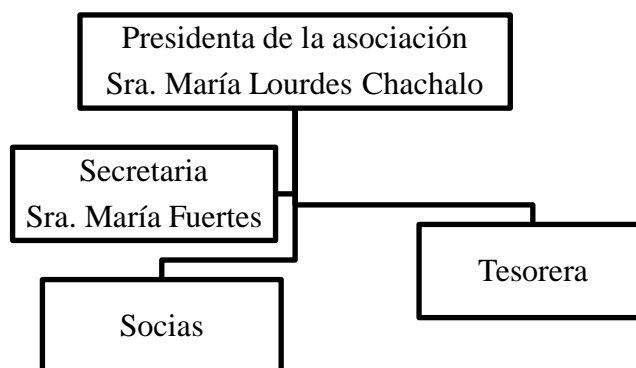
Sra. María Lourdes Chachalo- Presidenta de la Asociación
Sra. María Fuertes- Socia
Sra. Rosa Andrango- Socia
Sra. Teresa Casa- Socia
Sra. Adela Fuertes- Socia
Sra. Sonia Tatez- Socia
Sra. Beatriz Rosales- Socia
Sra. Gertrudis Carlosama- Socia
Sra. Adela Intriago- Socia
Sra. Clara Flores- Socia
Sra. Rosa Puetate- Socia
Sra. Soledad Tapia- Socia

Nota. Integrantes de la Asociación de Mujeres de Bordados Zuleta *Elaborado por:* Marcillo Alvaro (2011)

Organigrama

Figura 17

Organigrama empresarial de la asociación de mujeres de bordado Zuleta



Nota. Organización estructural de la Asociación de Mujeres de Bordado Zuleta.

Productos Ofertados

La asociación tiene una gran ofertada de productos de los cuales los clientes pueden elegir, estos están hechos con bordados a mano y tienen un acabado impecable en sus prendas de vestir, manteles, mesones, etc.

- Camisas: prendas de vestir con cuello, botones y puños, los mismo que van acompañados de diferentes bordados diseñados por los propios bordadores.
- Blusas: prenda de vestir particularmente para mujer, posee detalles bordados a mano más delicados y finos.
- Manteles: artículo de mesa esencial para adornar el comedor, tiene diferentes tallas y estas van desde juegos para 4, 6, 8 y 12 personas, los mismo que van con acabados finos y muy bien adornados por los bordados que en ellos se encuentran.

- Toallas: artículo de baño y de cocina el cual no tiene un tamaño gigante, va acompañado de pequeños detalles bordados a mano.
- Servilletas: artículo de comedor utilizado para el servicio de alimentos como diseño, estos son de tamaño pequeño.
- Individuales: artículos de comedor ocupados para el servicio de comida y bebida, estas poseen diferentes formas y tamaños, usualmente combinados con el mantel y servilletas.

Materiales

Para realizar este tipo de trabajo majestuoso se necesitan múltiples materiales entre ellos:

- Agujas circulares
- Telas
- Hilos

Precios

Tabla 15

Precio de los productos más vendidos en años anteriores

Productos	Tamaño/ Talla	Precio
	XS	15
Camisas	S	15
	M	15
	4	70
Manteles	6	80
	8	85

	12	90
Servilletas	-	20
Blusas	XS	20
	S	20
	M	20
Toallas	-	12

Nota. Productos más vendidos en años anteriores y su precio mínimo ya que este varía dependiendo del diseño y gustos del turista.

Ventas

En la tabla 15 se puede visualizar los precios de los productos más vendidos en años anteriores y de los cuales se puede notar son precios bajos a lo que el trabajo de las socias de esta asociación debería ganar, todo esto gracias a que no contaban con un plan de marketing establecido que las ayude a incrementar sus ventas y el precio de las mismas.

La asociación y la comunidad buscan la exportación de estos productos a países como Estados Unidos y Reino Unido ya que mediante esta se genera mayor cantidad de ganancias para las socias de esta asociación, aunque si bien es cierto los productos son mejor ofertados en otras ciudades y comunidades del Ecuador como, por ejemplo: Otavalo, Ibarra, La Magdalena, Quito, etc.

Encuentros

Primer Encuentro de Gestores Culturales en Guayllabamba

Es un evento realizado por el Municipio de Quito, Secretaría de Cultura y GAD de Guayllabamba, realizado con más de 33 parroquias rurales y 9 comunas del Distrito Metropolitano de Quito.

Se desarrollo el 8 y 9 de noviembre en el coliseo de Guayllabamba con el objetivo de poder intercambiar varios conocimientos de las localidades y aportar nuevas tradiciones y expresiones culturales.

III Encuentro Internacional de Bordadoras

Fue un encuentro realizado en el Festival Internacional de la Cultura Maya en la ciudad de Mérida, Yucatán. En este evento participaron diferentes organismos y fundaciones como el programa de apoyo al arte popular y el fomento cultural Banamex, entre otras instituciones de México.

En este encuentro se contaron varias experiencias de aquellas maestras artesanas de varios países como, por ejemplo: República Dominicana, Puerto Rico, México, Perú y Ecuador. Dicho evento fue realizado con el objetivo de apoyar a estas maestras artesanas para que avancen en sus procesos de creación de piezas bordadas y también que su comercialización sea mucho más eficaz.

Comunidad de Zuleta

La comunidad de Zuleta se encuentra ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, parroquia de Angochagua, esta posee una superficie de 4770 hectáreas y tiene alrededor de 1037 habitantes distribuidos en esta comunidad.

Para ingresar a este majestuoso lugar podemos hacerlo desde Cayambe, continuamos hacia Pesillo y llegamos hasta Zuleta, en esta comunidad podemos ver que poseen una escuela y

un colegio las mismas con el nombre de “Escuela Fiscal Mixta Galo Plaza Lasso” y “Colegio Técnico Agropecuario Zuleta”.

Análisis Histórico

La comunidad de Zuleta era un área geográfica de terreno ocupado por misioneros jesuitas que fueron expulsados en el año de 1767 por el rey Carlos III y estos pasaron a nombre de Gabriel Zuleta quien tiempo después lo vende a la familia de los expresidentes de ecuatorianos Leónidas Plaza y Galo Plaza Lasso quienes en 1898 compran estos terrenos y decide introducir a los primeros pobladores a quienes los llevó en calidad de trabajadores.

El 11 de enero de 1943 fue fundada la comunidad de Zuleta, la gran parte de su población se comunica en kichwa y en español, uno de sus primeros pobladores de esta región fueron los caranquis quienes colonizaron el área entre el año 800 y 1470 d.C.

En el año de 1917 a orillas del río de Tahuano se asienta la primera familia de esta comunidad, y comienza con la expansión de diferentes familias que se dedican al sector agrícola y ganadero.

Sincretismo Cultural de Zuleta

Cultura

Uno de los pueblos más conocidos en el Ecuador son los caranquis se presume que estos estuvieron asentados en esta comunidad y que aquí decidieron construir diversos montículos de Tierra también llamados tolas o pirámides caranquis en los cuales se ocupaban como complejo de los caciques es decir de un jefe supremo a quien le daban tributo.

Costumbres y Tradiciones

Bordados a Mano

Una de las tradiciones que todavía existen en esta comunidad es la elaboración de bordados a mano la misma que ha pasado de generación en generación y que ahora en la actualidad se ha vuelto uno de los iconos más representativos de esta comunidad, las mujeres usualmente son las que realizan este tipo de trabajo y lo plasman en camisas, vestidos, centros de mesa, toallas, etc.

Fiestas de San Juan

Es una fiesta tradicional que se realiza en junio de cada año en donde las familias de esta comunidad elaboran el tradicional castillo de frutas en el cual también se pone dinero y otras cosas. No obstante, también festejan con música y cantos muy particulares de esta comunidad, luego de esto el prioste de la rama de gallos prepara un caballo adornado con mantas de colores vivos, espejos y bordados multicolores en este también van colgado unos ganchos los cuales son entregados en la hacienda de Zuleta como agradecimiento a los hacendados quienes años atrás los ayudaron con terrenos y elementos ganaderos. Esta fiesta es muy importante ya que muestra el sincretismo cultural y religioso que fue traída por los españoles ya que en este caballo entra una niña o niño llamado la loa el cuál va recitando la vida de San Juan Bautista y que al finalizar su discurso lanza un gallo hacia el representante de los hacendados, esta tradición aún permanece intacta en esta comunidad y se espera sigue estando vigente en años posteriores.

Vestimenta

Mujeres

Las mujeres de esta comunidad lucen una camisa con bordados a mano y de varios colores acompañada con una falda de plisados con encajes preciosos y finos dándole cierta

tonalidad y realce a la falda, también ocupan una chalina usualmente hechas de lana de oveja, en su cuello ocupan grandes huelgas de diferentes tamaños que en su antigüedad se definía el estatus económico de la persona, para finalizar se complementa con alpargatas y un hermoso sombrero de paño el cual hasta la actualidad es un distintivo de esta comunidad.

Hombres

En el caso de los hombres hechos llevan una camisa y un poncho igual hechos de algodón, también llevan un chal en la parte trasera el cual va sujetando el zamarro adornado con cascabeles para hacer bailar a las mujeres al son de la guitarra y los cascabeles, este tipo de vestimenta es usualmente utilizada en las fiestas de san Juan ya que en su vida cotidiana los hombres de mayor edad todavía ocupan pantalones de tela con camisas y unas alpargatas y obviamente el tradicional sombrero.

Sincretismo Cultural en la Actualidad

En la actualidad la comunidad de Zuleta todavía realiza fiestas tradicionales como el san Juan y de hecho ha tenido mayor acogida por visitantes extranjeros a quienes les encanta esta fiesta ya que les parece un evento muy hermoso y colorido del cual se llevan una gran experiencia, no nos olvidemos también de su vestimenta puesto a qué año tras año ha comenzado a innovarse y adaptarse a las nuevas generaciones quienes con orgullo visten todavía esta tradicional vestimenta.

Sincretismo Cultural de los Bordados a Mano

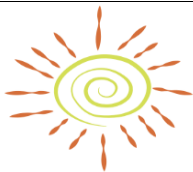
En los bordados a mano realizados por la asociación de mujeres de bordados Zuleta se puede manifestar un conjunto de creencias, símbolos y valores materiales e intelectuales que destacan a esta comunidad y que los ayude a identificarse hacia los turistas tanto nacionales como internacionales.

Se puede ver en ellos la gran cultura que brinda esta comunidad y que nos ayuda a reconocerlo como un pueblo y a valorar su riqueza cultural, gracias a sus diseños podemos ver qué los representa.

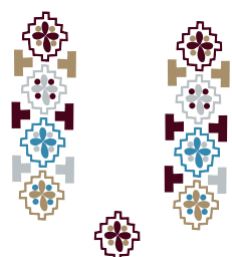
Tabla 16

Tipos de bordados

Tipos de Bordados	Clasificación	Significado
Iconografía	Indígena nativa	Vestimenta de la mujer zuleteña
	Indígena nativo	Representa al hombre zuleteño y su vestimenta tradicional
	Aya huma	Representa a un ser espiritual que muestra la dualidad y la complementariedad de lo opuesto y que tiene referencia con la fuerza y el espíritu de la cosmovisión andina.
	Sol	Representa la vida en la Pachamama y la fuente de luz y energía que tiene conexión con el universo.



 Diseños geométricos

**Iconografía
geométrica**


Este tipo de diseños se ocupan líneas quebrados denominadas el Quengo las cuales van de diferentes formas y estructuras en sentido de la iconografía andina.

Incluso podemos ver diferentes decoraciones en forma de las chacanas.

 Caminos


Son pequeñas puntadas de cadena que muestran los caminos de la comunidad Zuleta.

 Diente de león

**Iconografías
florales**


Hace referencia a la felicidad perdurable y la armonía.

 Chochofanga


Es conocida como la flor del amor o flor de los dioses y simboliza la belleza.

Flor pensamiento

Representa la calma



Rosa grande de lagrimas

Representa el agradecimiento



Rosa grande de hojas

Representa la belleza, el amor y la
felicidad



Flor chumada

Su nombre viene tras la forma que tiene
sus pétalos



Margarita

Representa la alegría y la paz, también la
amistad incondicional



Girasoles



Representan la vitalidad, la energía y
felicidad

Arete



Representa la belleza

Flor nachag sisa



Simboliza la fuerza

Gallo

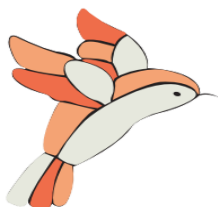


Simboliza la majestuosidad, la nobleza y
la lealtad

Iconografía

zoomorfa

Colibrí



Representa al mensajero de los dioses
aquel que trae mensajes de muerte, vida y
latidos del corazón

Pavo real



Representa la belleza, la inmortalidad y la sabiduría

Nota. Esta tabla muestra los diferentes tipos de bordados que se ocupan para elaborar los productos. Adaptado de I. (s. f.). Revista: Iconografías de los Bordados de Zuleta.

<https://casadelacultura.gob.ec/postnoticias/revista-iconografias-de-los-bordados-de-zuleta/>

Asociación de Mujeres de Bordado Zuleta

La asociación de mujeres de bordados Zuleta o también conocida como asociación de mujeres bordadoras de Zuleta son una organización que nace tras la iniciativa de un grupo de mujeres de esta comunidad que decidan aprovechar su habilidad con el bordado para crear prendas de vestir, artículos de comedores e incluso artículos de baño de los cuales hoy deciden venderlos en la casa comunal de Zuleta cada 15 días y esto ha permitido que generen un desarrollo económico más estable para cada familia, aunque se dedican a realizar bordados no han descuidado sus actividades en el campo ya que lo toman como parte importante de hecho aunque este tipo de tareas no sea muy remunerada en la actualidad.

Planificación Interna y Externa de la Asociación de Mujeres de Bordado Zuleta

A partir del análisis realizado sobre el manejo de la asociación de mujeres de bordado Zuleta se pudo determinar que tienen la siguiente misión, visión y valores:

Misión

Distribuir a nivel nacional e internacional todos los productos hechos con bordados a mano mediante la ocupación de materiales de alta calidad y brindando una atención adecuada en las tiendas ubicadas en la comunidad de Zuleta con precios accesibles para los clientes.

Visión

Convertirse en una asociación nacional e internacionalmente conocida en el año 2025 por la creación de sus bordados y su importancia en el sincretismo cultural que se maneja en la comunidad de Zuleta.

Valores***Honestidad***

Manejarse mediante el trato justo y correcto hacia el personal y los clientes de la asociación para que éstos sigan adquiriendo los productos.

Respeto

Manejarnos de manera sensible y empática con nuestro equipo de trabajo y los clientes que depositan su confianza en nosotros.

Confianza

Mostrar una actitud positiva y una capacidad estable para poder responder y resolver cualquier tipo de problema que suceda en la asociación tanto con nuestro equipo de trabajo cómo con nuestros clientes.

Matriz Pest

Se generará un análisis de todos los factores que existen en esta asociación.

Tabla 17*Diagrama de Pest*

Matriz Pest de la Asociación de mujeres de bordado Zuleta				
P: político	E: económico	S: social	T: tecnológico	E: ecológico
Se manejan bajo el cabildo de la comunidad.	En la comunidad de Zuleta su mayor ingreso económico es la agricultura y la ganadería.	Infunden la igualdad de género mediante la participación de todos los pobladores de la comunidad en esta actividad.	Avance limitado en la tecnología para producción y promoción de estos artículos.	Ocupan materiales amigables con la naturaleza para la elaboración de sus productos.
El GAD de Angochagua es quien ayuda a manejar a los artesanos y bordadores de este lugar.	Desean generar más ganancias mediante la venta y producción de los productos bordados a mano.	Desarrollan actividades culturales que generan mayores tasas de empleo en esta comunidad.	Falta de capacitación en el manejo de redes sociales.	Sus tiendas físicas están equipadas con lugares de reciclaje difundiendo la importancia del cuidado ambiental.
La presidenta del GAD busca fomentar la venta y producción internacional de los productos de la asociación mediante alianzas con otros países.		Fomentan la importancia de la cultura y sus	Desean incursionar en el mundo de la tecnología y promoción digital.	Buscan generar más productos ecológicos

Desean generar un desarrollo económico con estos productos. tradiciones en estos trabajos.

Nota. Matriz que muestra todos los factores que posee esta asociación y por la cual se maneja hasta ahora.

Tabla 18*Análisis FODA*

<p>Matriz FODA de la Asociación de mujeres de bordado Zuleta</p>	<p>Fortalezas-F</p> <ul style="list-style-type: none"> -Variedad de diseños -Calidad de productos -Gran enfoque en el sincretismo cultural -Ubicación accesible 	<p>Debilidades- D</p> <ul style="list-style-type: none"> -Falta de promoción -Falta de un Logotipo representativo -Falta de utilización del entorno -Altos precios de materia prima
<p>Oportunidades- O</p> <ul style="list-style-type: none"> -Nuevos mercados -Mayor valoración de la cultura por parte de nuevas generaciones -Ferias de emprendimiento a nivel nacional e internacional -Fidelización del cliente extranjero 	<p>Estrategia FO</p> <ul style="list-style-type: none"> -Incentivar el diseño de nuevos productos -Generar mayores convenios con entidades del gobierno para asistir a ferias artesanales -Generar productos con diseños enfocados en el sincretismo cultural -Familiarizar los diseños de los bordados con los nuevos mercados. 	<p>Estrategia DO</p> <ul style="list-style-type: none"> -Crear un Logotipo llamativo para el nuevo mercado -Realizar planes de promoción en ferias -Incentivar la utilización del entorno para dar un mayor valor a la cultura -Buscar proveedores de materiales para no cambiar la calidad del producto

	Estrategia FA	Estrategia DA
Amenazas- A	-Generar múltiples diseños nuevos	-Ocupar el entorno para difundir los productos
-Presencia de nuevas organizaciones	manteniendo el sincretismo cultural y que estén actualizados con el mercado	-Generar alianzas con proveedores de materia prima
-Aumento de precios de materia prima	-Aumentar la promoción de los productos	- Analizar el nuevo mercado y sus exigencias
-Mejor difusión de otras organizaciones	-Generar alianzas con otras organizaciones	-Generar estrategias promoción enfocadas en el nuevo mercado
-Desactualización del mercado	-Aprovechar la ubicación para difundir la venta de los productos	

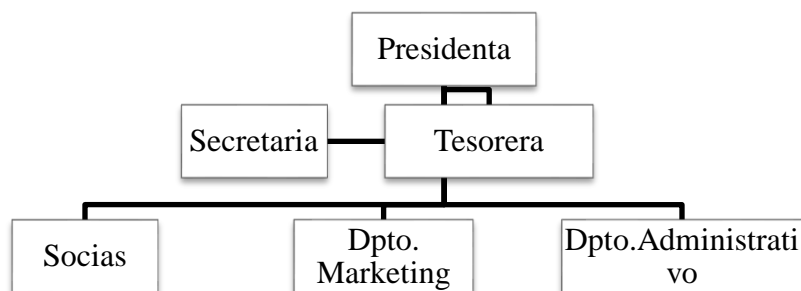
Nota. Análisis FODA y las estrategias que se pueden implementar en el plan de marketing.

Diseño Estructural del Plan de Marketing

Organigrama Estructural

Figura 18

Organigrama estructural del Plan de Marketing



Nota. Elaboración propia (2023).

Presidenta: esta persona se encargará de las relaciones entre empleadores y empleados para la generación de productos de alta calidad, además de que será quien los guíe durante el proceso de creación de estos productos.

Secretaria: esta persona se encargada de ser mediador entre los empleados del presidente de esta asociación y en dado caso se volverá la cabeza del equipo.

Tesorera: encargada de la administración y la elaboración de los productos, esta persona es la que se encarga hora de manejar todos los productos y cómo serán elaborados.

Departamento administrativo: encargados de la parte económica de los gastos y las ganancias que sean tenido por la elaboración de estos productos.

Departamento de marketing: encargado de la publicidad y servicio al cliente de esta asociación, son el equipo creativo que ayuda a la asociación a mantenerse activa tanto en redes sociales como en el sitio donde se encuentra.

Socias: encargadas de crear los diversos diseños y bordados a mano con el ingenio y adquisición cultural que han tenido a lo largo de su vida, se las conoce también como las artistas de este producto.

Análisis Interno y Externo de la Asociación de Mujeres de Bordado Zuleta

Tabla 19

Factores internos

Factores	Estrategias
Atención al cliente	Generar capacitaciones involucradas con la buena atención al cliente.
Calidad de los productos	Ocupar materiales de buena calidad para la elaboración de los productos.

Talento humano	Realizar un análisis del servicio de los socios de la asociación.
Diseños	Dar mayor importancia a los diseños de los bordados que muestran la cultura de la comunidad.
Publicidad	Aplicar un nuevo logotipo que llame la atención del cliente.

Nota. Está enfocado en los factores internos que se encuentran en la asociación y que estrategias se pueden plantear para mejorar sus ventas.

Tabla 20

Factores externos

Factores	Estrategias
Ventas	Incrementar las ventas mediante la implementación diferentes materiales publicitarios
Pago de productos	Facilitar las formas de pago mediante la ocupación de bancas web
Competencia	Analizar la competencia e identificar sus desventajas
Ubicación	Aprovechar la ubicación del sitio de venta con la implementación de más spots publicitarios.
Proveedores	Realizar alianzas con más proveedores

Nota. Factores externos que alteran el negocio y se presentan estrategias para fomentarlas y generar más ganancias.

Planificación de Estrategias Internas y Externas

Después de realizar un análisis de los factores internos y externos de la asociación de mujeres de bordado Zuleta se llegó a verificar diferentes estrategias que pueden servir para generar el plan de marketing.

En constancia con las estrategias elaboradas para la incrementación de ventas podemos verificar:

Estrategias de Venta

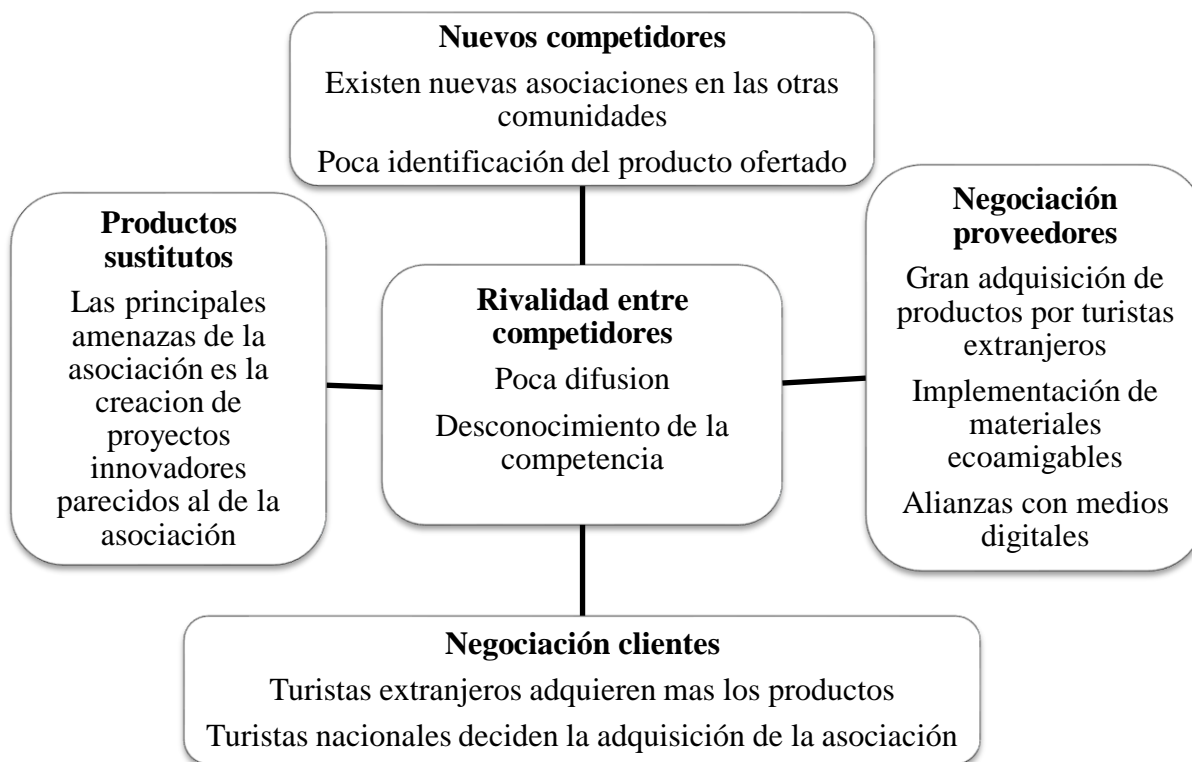
- Ocupar más medios de promoción para generar ventas.
- Implementar más formas de pago que beneficie al cliente.
- Generar promociones que atraen al cliente.

Estrategias de Promoción

- Generar un nuevo logotipo enfocado en sincretismo cultural.
- Ocupar los medios digitales para promocionar estos productos.
- Implementar recuerdos llamativos que incrementen la atención del cliente.

Estrategias de Difusión del Sincretismo Cultural

- Generar más diseños iconográficos representativos del sincretismo de la comunidad en los bordados.
- Aplicar el sincretismo cultural en la elaboración del nuevo logotipo.

Figura 19*Matriz de Porter*

Nota. Elaboración propia (2023).

Análisis Final

Mediante el análisis del sincretismo cultural y otros factores que alteran la venta y promoción de los productos ofertados por la asociación de mujeres de bordados Zuleta se pudo generar diversas estrategias que ayuden al incremento de ventas de este lugar, además de la promoción turística que se generará tanto para la asociación como para la comunidad en donde se ubican.

Las estrategias que fueron mostradas para incrementar las ventas tienen un enfoque más educativo ya que dentro de esta asociación no poseen la suficiente capacidad para mantener un proyecto a flote es por esto que el realizar las diversas capacitaciones tanto en el área de atención

al cliente cómo nos conceptos en los que ellos se enfocan los ayudará a vincularse más con su proyecto y entenderlo de manera teórica y práctica.

Marketing Mix

Producto:

La asociación de mujeres de bordado Zuleta ofrece diferentes tipos de bordados como, por ejemplo: Camisas, blusas, manteles, toallas, servilletas e individuales; todas con grandes diseños y colores que reflejan la cultura de la comunidad.

La mayoría de sus bordados son vendidos en los meses de abril y mayo para la tradicional fiesta de San Juan la misma en la cual miles de turistas nacional y extranjeros vienen a adquirir camisas con dichos diseños.

Precio

Los precios para realizar los diversos productos para difundir a la asociación de mujeres de bordado Zuleta se encuentran desglosados en la siguiente tabla.

Tabla 21

Estrategias internas y externas

Estrategia	Costo	Responsable	Duración
Generar un nuevo Logotipo para la Asociación de Mujeres de Bordado Zuleta.	\$9.99	Dpto. Marketing	1 mes
Involucrar más el sincretismo cultural con los productos ofertados por la Asociación de Mujeres de Bordado Zuleta.	\$ 0	Socias	2 años

Implementar recuerdos con el logotipo de la Asociación de Mujeres de Bordado Zuleta para aumentar las ventas.	\$100	Dpto. Marketing	1-2 meses
Difundir el sincretismo cultural de la comunidad de Zuleta a través de la iconografía de los bordados	\$10	Socias	2 años
Generar capacitaciones para mejorar la atención al cliente por parte de la Asociación de Mujeres de Bordado Zuleta	\$10	Asociación de Mujeres de Bordados Zuleta	Cada mes

Nota. Cuadro de estrategias que se desean implementar en el plan de Marketing.

Tabla 22

Análisis financiero

Ítem	Rubro	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Esferos	100	\$0.40	\$40
2	Programa de creación de logos CANVA	1	\$29.99	\$29.99
3	Plóter publicitario	1	\$ 150	\$150
4	Cuadernos	12	\$5	\$60
5	Camisetas bordadas a mano	12	\$20	\$240
6	Tarjetas de presentación	100	\$1	\$100
Inversión Total				\$619.99

Nota. Elaboración propia (2023).

Promoción:

Para la promoción de la Asociación de mujeres de bordado Zuleta se generó diversas estrategias publicitarias una de estas es la creación del logo con un sello emblemático de la comunidad, el mismo que será ocupado en diversos objetos para su promoción.

Logotipo

Figura 19

Nuevo Logotipo



Nota. Logo realizado en la herramienta digital Canva por Catalina Chalacán 2023.

Colores

- Rojo: este color significa pasión, amor y poder, se eligió este color ya que es uno muy llamativo a la vista, además de que es el color que más se ocupa en festividades dentro de la comunidad.
- Naranja: este color representa la libertad, la paciencia y tranquilidad, se eligió este tono de color ya que transmite una sensación de serenidad.
- Concha de vino: este color representa la fuerza, valentía y sensualidad, la razón para ocupar este tono de color es porque se ha vuelto uno de los colores favoritos de las zuleteñas.

- Crema: este color representa la pureza y sensibilidad, la razón para ocupar este color es que sus quesos salen en la misma tonalidad y estos son uno de los productos mejores vendidos de la comunidad.

Símbolos

- Gallo: representa la majestuosidad y el poder, la razón para elegir este icono es porque este animal se vuelve uno de los más representativos durante sus fiestas de san Juan.
- Flores: representa una delicadeza y la pureza en una mujer, la razón para haber elegido este icono es porque la mayoría de sus bordados están representados por pequeñas flores de colores muy llamativos.

Plaza:

La población objetivo de este plan de marketing se basa en turistas nacionales y extranjeros este último siendo el más importante debido a que es el que mejor remunera los productos hechos por las socias de la asociación, es por esto que al crear un nuevo logo se desea llamar la atención de este público receptor y que aumente la publicidad y ganancias de la misma y su comunidad.

Conclusiones

Mediante un análisis investigativo se pudo determinar los fundamentos de un plan de marketing y cómo este va de la mano con el sincretismo cultural de los productos que son ofertados por la asociación de mujeres de bordados Zuleta.

Dentro del proyecto se pudo determinar todos los recursos culturales e iconográficos que poseen los bordados y cómo estos tienen un significado muy arraigado al sincretismo cultural y qué lo hace un instintivo de esta comunidad.

Se pudo establecer la estructura de un plan de marketing gracias al estudio de aquellos problemas que ellos tienen para promocionar sus productos como por ejemplo la falta de difusión del sincretismo cultural, la falta de capacitación en el entorno de atención al cliente la falta de un logo que los represente como asociación, es por esto que al plantear el mismo se logra generar diversas estrategias publicitarias como la elaboración de un nuevo logo que lleva aquellos distintivos iconográficos que representan a la cultura de esta comunidad y qué a mediano o largo plazo genere más ventas en el lugar.

Recomendaciones

Es necesario que los integrantes de la Asociación de mujeres de bordado Zuleta se interesen en capacitarse en diferentes ámbitos como, por ejemplo; la atención al cliente y marketing, ya que así podrán brindar un mejor servicio al cliente y aumentar las ventas.

Es esencial que la asociación se capacite en conceptos básicos de los fundamentos de marketing y como estos aportan al sincretismo cultural de los productos ofertados por la asociación de mujeres de bordado Zuleta.

El sincretismo cultural de los productos bordados a mano es importante ya que generan el interés del turista por lo que es necesario ampliarlo y aplicarlo para desarrollar mayor recepción de turistas.

Es fundamental tomar en cuenta el plan de marketing enfocado en el sincretismo cultural ya que aumentara la difusión de los productos que son ofertados por la Asociación de mujeres de bordado Zuleta además de que los ayudara a desarrollar mejores estrategias para la recepción de turismo en la comunidad.

Referencias

- Arias, E. R. (1 de Enero de 2021). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/investigacion-descriptiva.html>
- Ballesteros, H., Verde, J., Costabel, M., Sangiovanni, R., Dutra, I., Rundie, D., . . . Bazán, L. (2010). Análisis FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. *Revista Uruguaya de enfermería*, 10-11.
- Bericat, E. (Enero de 2016). *La sociedad desde la sociología. Una introducción a la sociología general*. Obtenido de ResearchGate:
https://www.researchgate.net/publication/309609989_Que_es_la_cultura
- Chandler, A. (2003). *Strategy and Structure. Chapters in the history of the American Industrial Enterprise*. . New York: Beard Books.
- Correa, E. S. (2008). Los valores organizacionales. *Lupa empresarial*, 12.
- Fuente, O. (08 de Marzo de 2022). *IEBS*. Obtenido de IEBS:
<https://www.iebschool.com/blog/que-es-analisis-pestel-digital-business/>
- Martínez, L. (5 de Mayo de 2021). *Psicología y Mente*. Obtenido de Psicología y Mente:
<https://psicologiymente.com/social/sincretismo-cultural>
- Miñarro, M. (1 de Marzo de 2022). *Inboundcycle*. Obtenido de Inboundcycle:
<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-un-plan-de-marketing-y-como-hacer-uno>
- Noguero, F. L. (2002). *El análisis de contenido como método de investigación*. revista de educación.
- Pedregal, A. M. (2020). El turismo como contexto. *Disparidades*, 2.

Pita Fernández, S., & Pértegas Díaz, S. (2002). *Investigación cuantitativa y cualitativa*.

CORUÑA: Cad Aten Primaria.

Quishpe Parí, D. J., & Sánchez Mamani, G. (2011). Encuestas y entrevistas en investigación científica. *Revista de Actualización Clínica Investiga*, 490.

Robbins, S. P., & Decenzo, D. A. (1996). *Fundamentos de Administración*. México: Prentice Hall.

Sarli, R. R., González, S. I., & Ayres, N. (2015). Análisis FODA. Una herramienta necesaria. *Revista de la Facultad de Odontología*, 18-20.

Stoner, J. F., Freeman, E. R., & Gilbert Jr, D. R. (1996). *Administración*. México: Prentice Hall .

Talaya, Á. E., & Mondéjar Jiménez, J. A. (2022). *Fundamentos de Marketing*. ESIC.

Thompson, I. (Noviembre de 2006). *PromonegocioS.net*. Obtenido de PromonegocioS.net:

<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mision-definicion.html>

Tirado, D. M. (2012). *Fundamentos de marketing*. Universitat Jaume I.

Vallet-Bellmunt, T., Vallet-Bellmunt, A., Vallet-Bellmunt, I., Casanova-Calatayud, E., del Corte-Lora, V., Estrada-Guillen, M., . . . Monte-Collado, P. (2015). *Principios de marketing estratégico*. Universitat Jaume I.

Velázquez, A. (6 de Febrero de 2023). *QuestionPro*. Obtenido de QuestionPro:

<https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-correlacional/#:~:text=Definici%C3%B3n%20de%20investigaci%C3%B3n%20correlacional,influencia%20de%20ninguna%20variable%20extra%C3%B1a>.

Anexos

Anexo 1

Encuesta

PLAN DE MARKETING ENFOCADO EN EL SINCRETISMO CULTURAL DE LC ☆ Se han guardado todos los cambios en Drive

Preguntas Respuestas 10 Configuración

TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO VIDA NUEVA

CARRERA DE TURISMO
ENCUESTA

OBJETIVO

Realizar una recolección de información sobre el tema de investigación "Desarrollo de un plan de marketing enfocada en el ciclo cultural de productos ofertados por la asociación de mujeres de bordado Zoleta"

Instrucciones: Lea las preguntas y responda de acuerdo a su criterio.

1. Sexo *

Masculino

Femenino

2. Edad *

18-25 años

26-35 años

PLAN DE MARKETING ENFOCADO EN EL SINCRETISMO CULTURAL DE LC ☆ Se han guardado todos los cambios en Drive

Preguntas Respuestas 10 Configuración

36-45 años

mas de 50 años

3. Nivel de Educación *

Primaria

Secundaria

Universitaria

4. Dependencia *

Dependiente

Independiente

5. El sincretismo cultural es una adaptación de varias culturas, creencias y tradiciones que da a lugar una nueva sociedad con sus características por lo tanto, ¿Crees que esta tiene que ver con los diseños de los bordados a mano?

PLAN DE MARKETING ENFOCADO EN EL SINCRETISMO CULTURAL DE LC ☆ Se han guardado todos los cambios en Drive

Preguntas Respuestas 10 Configuración

Completamente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Completamente en desacuerdo

6. El simbolismo es una idea u objeto que puede representar múltiples cosas, de esta manera considera usted que ¿El simbolismo es parte significativa de la elaboración de los diseños de los bordados a mano?

Completamente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Completamente en desacuerdo

+

📄

Tr

📄

▶

☰

PLAN DE MARKETING ENFOCADO EN EL SINCRETISMO CULTURAL DE LC ☆ Se han guardado todos los cambios en Drive

Preguntas Respuestas 10 Configuración

7. ¿Considera usted que el plan de marketing elaborado ayudara a mejorar la promoción de los bordados a mano de la Asociación de Mujeres de Bordado Zuleta?

Completamente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Completamente en desacuerdo

8. Con respecto al Sincretismo cultural de los bordados a mano de la Asociación de Mujeres de Bordado Zuleta, ¿Cree usted que hay la debida importancia de difusión de este tema?

Completamente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Completamente en desacuerdo

+

📄

Tr

📄

▶

☰

PLAN DE MARKETING ENFOCADO EN EL SINCRETISMO CULTURAL DE LC ☆ Se han guardado todos los cambios en Drive

Preguntas Respuestas 10 Configuración

9. ¿Considera usted que se le ha dado la importancia que merece al marketing en la Asociación de Mujeres de Bordado Zuleta?

Completamente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Completamente en desacuerdo

10. Con la implementación de una correcta estructura de marketing, ¿Cree usted que pueda incrementarse la venta de los bordados a mano?

Completamente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Envíar

PLAN DE MARKETING ENFOCADO EN EL SINCRETISMO CULTURAL DE LC ☆ Se han guardado todos los cambios en Drive

Preguntas Respuestas 11 Configuración

Completamente en desacuerdo

Añadir opción o añadir respuesta "Otro"

Obligatorio

11. ¿Cree que el encargado de marketing debe generar mas ideas innovadoras para la promoción y venta de los productos?

Completamente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Completamente en desacuerdo

12. Mediante la elaboración del plan de Marketing se busca generar mayor ingreso y difusión del sincretismo cultural, ¿Estas de acuerdo con la implementación de este?

Envíar

PLAN DE MARKETING ENFOCADO EN EL SINCRETISMO CULTURAL DE LC ☆ Se han guardado todos los cambios en Drive

Preguntas Respuestas 10 Configuración

Completamente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Completamente en desacuerdo

13. La comunidad de Zuleta se ha abierto paso en el mundo del Turismo gracias a sus costumbre y tradiciones y como un punto clave de esto es la elaboración de estos bordados que representa muy bien su cultura así que ¿Cree usted que es un gran aporte de la comunidad al marketing y al sincretismo?

Completamente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Completamente en desacuerdo

Nota. Encuesta realizada Google forms 2023.

Anexo 2

Elaboración del bordado de una camisa



Nota. Mujer bordadora de la Asociación de mujeres de bordado Zuleta.

Anexo 3

Bordado a mano



Nota. Elaboración de una camisa con bordados de colores lila.