

UCUENCA

Universidad de Cuenca

Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación

Carrera de Comunicación Social

Plan de comunicación para campaña de turismo religioso: Fiestas en honor y sacrificio al Señor de Girón

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Autor:

Pedro Fernando Quituisaca Quituisaca

Director:

Wilson Orlando Gárate Andrade

ORCID:  0009-0003-6311-5112

Cuenca, Ecuador

2024-05-17

Resumen

Una campaña de promoción turística es un conjunto de estrategias y acciones planificadas con el objetivo de dar a conocer y resaltar las cualidades de un destino turístico, tomando en cuenta que buscan captar la atención del público, para fomentar la visita a un lugar. Este trabajo investigativo tuvo como objetivo general el delinear una campaña de comunicación para la promoción turística de la fiesta en honor y sacrificio al Señor de Girón. La metodología aplicada fue una investigación descriptiva y de campo con un enfoque mixto, mediante la aplicación de una encuesta de base estructurada a la población del cantón de Girón. Los resultados de la encuesta fueron que el 55% no está familiarizado con la fiesta en honor y sacrificio al Señor de Girón, de igual forma el 58% detalla que la promoción turística beneficia para que las personas asistan a este evento por lo que es necesario que se apliquen estrategias comunicacionales enfocadas a una campaña de promoción turística para lograr llegar a la población con la finalidad de que conozcan y se sientan identificados con las celebraciones que realizan en el cantón. En este contexto, la investigación logró identificar que es necesario se apliquen estrategias comunicacionales tradicionales de igual manera modernas, segmentando el público objetivo de esta forma conseguir un conocimiento general y participación de manera activa en las fiestas del cantón que se llevan alrededor de seis semanas, con el objetivo de dinamizar la economía local para dar a conocer este lugar turístico del país.

Palabras clave del autor: turismo religioso, promoción turística, estrategias comunicación

Abstract

A tourism promotion campaign is a set of strategies and planned actions with the objective of publicizing and highlighting the qualities of a tourist destination, taking into account that they seek to capture the attention of the public, to encourage visits to a place. The general objective of this investigative work was to outline a communication campaign for the tourist promotion of the festival in honor and sacrifice to the Lord of Girón. The methodology applied was a descriptive and field investigation with a mixed approach, through the application of a structured base survey to the population of the canton of Girón. The results of the survey were that 55% are not familiar with the festival in honor and sacrifice to the Lord of Girón, likewise 58% detail that tourism promotion benefits people to attend this event so it is necessary that communication strategies focused on a tourism promotion campaign be applied to reach the population so that they know and feel identified with the celebrations that take place in the canton. In this context, the research managed to identify that it is necessary to apply traditional communications strategies as well as modern ones, segmenting the target audience in this way to achieve general knowledge and active participation in the canton's festivals that last about six weeks, with the aim of boosting the local economy to publicize this tourist place in the country.

Author Keywords: religious tourism, tourism promotion, communication strategies

Índice de contenido

Resumen	8
Abstract	9
Índice de contenido	1
Índice de figuras	6
Índice de tablas	6
Dedicatoria	1
Agradecimiento	3
Capítulo I	8
Introducción	10
Antecedentes	12
1.1. Justificación	15
1.2. Formulación del Problema y Preguntas de Investigación	16
1.2.1. Formulación del Problema	16
1.2.2. Preguntas de Investigación	17
1.3. Objetivos de la Investigación	18
1.3.1. Objetivo General	18
1.3.2. Objetivos Específicos	18
Capítulo II	19
Marco referencial	19
2.1. Marco conceptual en referencia a las fiestas religiosas	20
2.1.1. Turismo Cultural en las fiestas religiosas	20
2.1.2. Marketing Turístico en la Fiesta en Honor y Sacrificio de Nuestro Señor de Girón	21
2.1.3. Comunicación estratégica en las festividades religiosas	22
2.1.4. Campaña publicitaria en Honor y Sacrificio de Nuestro Señor de Girón	23
2.1.5. Uso de medios sociales en la promoción turística	25
Capítulo III	27
Metodología	27
3.1. Tipo De Investigación	27
3.1.1. Investigación Descriptiva	27
3.1.2. Investigación de Campo	27

3.2. Enfoque Mixto	27
3.3. Técnicas de Investigación	28
3.3.1. Encuesta	28
3.3.2. Guía de entrevista	28
3.4. Población y Muestra	28
3.4.1. Población	28
3.4.2. Muestra	29
Capítulo IV	30
Resultados	30
4.1. Resultados de la encuesta aplicada	30
4.2. Guía de entrevistas	37
4.3. Análisis y discusión	39
Conclusiones y recomendaciones	41
4.1. Conclusiones	41
4.2. Recomendaciones	42
Referencias	43
Anexos	47
Anexo. A. Encuesta aplicada a la muestra	47
Anexo. B. Guía de entrevista	50
Anexo. C. Campaña de Promoción Turística Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón	51

Índice de figuras

Figura 1 Sexo	30
Figura 2 Edad	31
Figura 3 Familiarizado con la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón	31
Figura 4 Asistencia a la fiesta	32
Figura 5 Elementos distintivos de las fiestas	33
Figura 6 Fuentes de información utilizadas para conocer las fiestas	34
Figura 7 Promoción turística de la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón	35
Figura 8 Popularidad en los últimos años la festividad en el cantón	36
Figura 9 Recomendación de las fiestas como destino turístico	37

Índice de tablas

Tabla 1 Población cantón de Girón	29
Tabla 2 Estrategias y acciones de la promoción cultural	52
Tabla 3 Propuesta comunicacional objetivo 1	54
Tabla 4 Propuesta comunicacional objetivo 2	54
Tabla 5 Propuesta comunicacional objetivo 3	55

Dedicatoria

Quiero dedicar este trabajo de titulación a mis padres y hermanos y de una manera especial a Paulo Domingo, mi hermano que desde la eternidad sabe que la promesa la estoy cumpliendo. Solo Dios sabe porque tuviste que adelantarte, a pesar de tu enfermedad jamás me dejaste solo porque creías en mí, aunque fueron varios años de ausencia en el extranjero llegaste en el momento indicado para enseñarme el valor de la vida y la lealtad de hermanos. Por eso, este logro para va para ti allá en el cielo.

Agradecimiento

Terminar esta etapa de estudio, se me llena el corazón y el alma de muchos sentimientos de alegría, de nostalgia, de gratitud y de orgullo. Es por ello que decir gracias, no es suficiente para expresar lo que la vida me ha regalado.

En primer lugar, agradezco a Dios, por la oportunidad de estar terminando esta carrera universitaria, por darme la sabiduría necesaria para cumplir con este propósito.

A la Universidad de Cuenca mi gratitud eterna por haberme abierto las puertas de su institución, para formarme como un profesional, también a mis docentes por compartir sus enseñanzas, y sobre todo su ética profesional.

A mis padres por dejarme la mejor herencia que es la educación, les agradezco mucho por el apoyo, por la confianza y por estar siempre pendientes de mí en todo momento, a Marco y Salvador mis dos hermanos por ser mi soporte en todos estos años de estudio. Y también a mi hermano Paulo que desde el cielo sé que está orgulloso de mí ya que le estoy cumpliendo la promesa que un día le hice.

A mis amigos mi sincero agradecimiento por brindarme su amistad, su apoyo en cada palabra que me decían “Tú lo puedes lograr” que fueron mi motivación para continuar adelante.

Capítulo I

Introducción

En el contexto cautivador de la Fiesta en Honor y Sacrificio al Señor de Girón, surge una imperante necesidad de desarrollar un plan de comunicación estratégico para potenciar su atractivo turístico. La falta de una campaña de promoción turística integral ha generado una brecha entre la riqueza cultural y espiritual de esta celebración y su visibilidad en el ámbito turístico. El objetivo general de este proyecto es delinear una campaña de comunicación que no solo resalte los aspectos fundamentales de la fiesta, sino que, también, profundice en los conceptos de comunicación organizacional, relaciones públicas y promoción turística. Los objetivos específicos buscan explorar los fundamentos teóricos, describir a fondo la festividad, y establecer parámetros precisos para una efectiva promoción turística. Además, se detalla cada uno de los subcapítulos que fueron abordados en el presente trabajo investigativo. En este capítulo se realiza un preámbulo de manera general sobre los principales aspectos que conlleva la investigación donde se logra definir la problemática, los objetivos a cumplir, las preguntas de investigación y la justificación del trabajo como se detalla a continuación en los subcapítulos:

Justificación: Explicación detallada de por qué es necesario abordar el plan de comunicación para la Fiesta en Honor y Sacrificio al Señor de Girón. **Objetivos:** Presentación del objetivo general y los objetivos específicos que guiarán el desarrollo de la campaña de comunicación. **Problemática:** Identificación y análisis detallado de los desafíos y limitaciones actuales en la promoción turística de la festividad. **Preguntas de investigación:** Formulación precisa de las preguntas clave que orientarán la investigación, cuyo direccionamiento está enfocado en nivel actual de conocimiento y reconocimiento local y provincial de la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón como evento cultural del cantón de Girón, que elementos distintivos existen y comunicacionalmente como se lleva en la actualidad la fiesta.

Capítulo II: Marco Referencial Teórico

En este capítulo, se detallan los fundamentos teóricos como conceptos de turismo cultural, marketing turístico, comunicación estratégica, entre otros para construir un marco sólido que guiará esta investigación.

Capítulo III: Metodología

El tercer capítulo se detalla la metodología utilizada para comprender a fondo la Fiesta en Honor y Sacrificio al Señor de Girón. A través de la aplicación de una investigación descriptiva, de campo con un enfoque mixto se aplicó un cuestionario a la población local y entrevistas a autoridades, asegurando un enfoque integral y basado en la realidad.

Tipo de investigación: Explicación detallada de la elección de la investigación descriptiva y de campo como el enfoque mixto.

Instrumentos de Recolección de Datos: Descripción de los cuestionarios aplicados a la población de Girón y las entrevistas realizadas a autoridades y personas representativas del cantón y la fiesta.

Procedimientos: Detalles sobre cómo se llevó a cabo la investigación, asegurando la validez y la representatividad de los datos recopilados.

Capítulo IV: Resultados

En este punto culminante, se presenta los resultados derivados de la investigación realizadas de las percepciones de la población de Girón y las autoridades locales, subrayando la imperativa necesidad de una campaña de promoción turística.

Análisis de Datos: Presentación y análisis de los resultados obtenidos de los cuestionarios y entrevistas, resaltando las percepciones y necesidades identificadas.

Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones: Síntesis de los hallazgos y conclusiones finales derivadas de la investigación y los resultados obtenidos.

Recomendaciones: Sugerencias prácticas y estratégicas para el desarrollo de la campaña de comunicación, basadas en las conclusiones alcanzadas.

Antecedentes

El turismo se caracteriza como un sistema complejo debido a la interacción de sus componentes, conformando un sector económico con capacidad para estimular el desarrollo de un país. Este fenómeno es factible gracias a los múltiples beneficios socioeconómicos que el turismo aporta a un destino específico. Según Guzmán & García (2014), un sistema turístico se compone principalmente de elementos como atracciones o lugares turísticos, servicios de apoyo, la administración gubernamental y el sector privado.

En este sentido, los objetivos de ciertas campañas publicitarias se enfocan en generar impresiones duraderas en los consumidores, clientes y/o espectadores, poniendo el énfasis en la promoción de un destino turístico específico. Cuando un anuncio logra crear una impresión positiva persistente de dicho destino a lo largo del tiempo, se arraiga en la mente de las personas, quienes tienden a percibir como la opción preferida entre varias alternativas. Las campañas de publicidad turística a nivel nacional constituyen un componente destacado en las estrategias de comunicación, donde los anuncios utilizados en estas campañas suelen comunicar un mensaje general que contribuye a formar la impresión deseada del destino turístico en cuestión (Castillo, & Castaño, 2015).

Por lo tanto, una Campaña de Promoción Turística se refiere a una serie de estrategias y actividades planificadas y coordinadas para promover y difundir información positiva sobre un destino turístico específico. Estas campañas tienen como objetivo atraer a visitantes, ya sean turistas nacionales o internacionales, y resaltar las características atractivas del lugar, como sus paisajes, cultura, patrimonio, actividades recreativas, entre otros. En general, las campañas de promoción turística buscan crear una imagen positiva del destino, estimular el interés de los posibles turistas y, en última instancia, aumentar el flujo de visitantes. Estas campañas suelen utilizar una variedad de canales de comunicación, como anuncios publicitarios, contenido en línea, eventos promocionales, participación en ferias turísticas y colaboraciones con medios de comunicación, con el fin de difundir el mensaje de manera efectiva y persuadir a los viajeros a elegir ese destino en particular.

En este sentido, esta investigación está basada en definir una Campaña de Promoción Turística Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón, tomando en consideración que Girón, perteneciente a la provincia de Azuay, se distingue por sus diversos encantos turísticos,

arraigadas tradiciones y variada gastronomía. Es importante destacar que este cantón es un epicentro histórico, siendo el escenario de la Batalla de Tarqui. Este evento ha impregnado al cantón con una rica herencia cultural y tradicional. Motivados por estos elementos, se ha planteado llevar a cabo una investigación con el propósito de estudiar las festividades populares tradicionales de Girón (Tenesaca, 2015).

El Cantón Girón está ubicado al Sur Oeste de la provincia del Azuay en la Hoya de Jubones, tiene una altitud 2.162 m.s.n., y cuenta con una temperatura promedio de 15.5 °C. Limita al norte, con el cantón Cuenca; al sur, el cantón Nabón; al este, los cantones Síg sig y Nabón; y, al oeste, los cantones Santa Isabel y San Fernando. Girón tiene una extensión de 346,5 km², que representa el 4,3 % del territorio provincial. La cabecera cantonal ocupa el 68,9 % del territorio cantonal, forma parte del Distrito Administrativo¹ 01D03 y sus parroquias urbanas y rurales del Circuito Administrativo² 01D03C0 (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial – PDOT, 2023).

En este sentido, el cantón Girón se encuentra en la provincia de Azuay, en el sur de Ecuador. Es conocido por su belleza natural y su clima agradable. La cabecera cantonal es la ciudad de Girón, que está ubicada a unos 30 kilómetros al sureste de la ciudad de Cuenca, la capital provincial. Es necesario detallar que el cantón Girón es famoso por los paisajes montañosos, ríos y cascadas. La región ofrece oportunidades para actividades al aire libre, como caminatas y excursiones. Uno de los lugares destacados es la cascada de El Chorro, que atrae a turistas y locales por su impresionante belleza. Además del atractivo turístico, el cantón de Girón también tiene una rica historia y cultura. La gente del lugar suele estar involucrada en actividades agrícolas y ganaderas, contribuyendo así a la economía local.

Por lo tanto, el cantón cuenta con diversas conmemoraciones, pero la más tradicional y apreciada por la ciudad, sobre todo por los devotos que es la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón, considerando que se celebra por alrededor de seis semanas aproximadamente se festeja desde el 17 de octubre hasta el 21 de noviembre de este año, se conmemoran las festividades religiosas en honor al Señor de Girón, también conocido como el Señor de las Aguas. Esta venerada imagen, traída desde España por Juan de Salinas en 1580, comparte devoción con las figuras de San Juan y La Virgen de Los Dolores, las cuales son adoradas en San Fernando y la Parroquia Cañaribamba de Santa Isabel (Colectivo PDH Ecuador, 2021).

Es importante detallar que, esta festividad religiosa se arraiga en la tradición, abarcan un período de seis semanas y están impregnadas de alegría y folclore. Reúnen a feligreses, romeriantes y peregrinos provenientes de diversas partes de la provincia, el país y el extranjero. La preparación

de los priostes comienza en junio, involucrando a numerosas personas en roles como platilleras, floreras, saumeriantes, guías y músicos. Cada lunes, se produce el cambio de priostes, quienes reciben donaciones como leche para la elaboración de queso, junto con otros alimentos, en la casa del prioste. Los martes se dedican a la elaboración de queso y pan, mientras que los miércoles trasladan una réplica de la imagen a la casa del prioste, donde se prepara un altar para celebrar la misa de acción de gracias. Los jueves se ensayan las escaramuzas, los viernes se presta servicio a los invitados y los sábados tienen lugar la seguida y el sacrificio de los toros. Según los devotos, esta acción guarda semejanza con el sacrificio de Cristo y su sangre por la redención humana (Colectivo PDH Ecuador, 2021).

En este contexto, las festividades en honor al Señor de Girón se caracterizan por la presencia de música, danzas, rezos, corridas de toros y una magnífica exhibición de tradiciones que abarca desde pirotecnia hasta una deliciosa oferta gastronómica. Entre las exquisiteces más destacadas que se pueden disfrutar tanto durante las festividades como a lo largo del año en Girón se encuentran el cerdo horneado (hornado), el cuy asado, la tilapia, los caldos de huevos y gallina, el pan de achira, las tortillas de maíz, entre otras. Los priostes, encargados de organizar la festividad en honor al Señor de Girón, suelen llegar desde Estados Unidos y destinan considerables sumas de dinero para la celebración del evento. Más de 10 personas participan en esta conmemoración, que incluye una procesión de gran envergadura que atraviesa diversas comunidades, así como un peculiar acto simbólico el sacrificio de un toro del cual varias personas beben su sangre (El Mercurio, 2023).

Por consiguiente, es necesario establecer una Campaña de Promoción Turística para la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón, donde implica la creación de estrategias efectivas para destacar y atraer la atención hacia esta celebración cultural en la provincia de Azuay. El enfoque debe ser tanto en la riqueza histórica y espiritual de la festividad como en los impactos positivos en la comunidad local. La campaña debería resaltar la importancia del Señor de Girón como figura central, promover la participación activa de la comunidad y destacar los elementos distintivos de la celebración, como rituales, música, danzas y gastronomía. Además, es crucial utilizar diversos canales de comunicación, como redes sociales, publicidad en línea y colaboraciones con medios locales, para llegar a una audiencia más amplia y generar interés en el evento. La campaña debe enfocarse en crear una impresión duradera y positiva del destino, fomentando la visita de turistas y contribuyendo al desarrollo económico local.

1.1. Justificación

En el ámbito religioso, el cantón exhibe una notable riqueza, ya que la creencia en la figura del Señor de Girón o también reconocido como el Señor de las Aguas es compartida tanto por locales como forasteros. La Fiesta en Honor al Señor de Girón se extiende a lo largo de seis semanas en octubre y noviembre, destacándose por la presencia de música de banda de pueblo, plegarias, expresiones de fe, corridas de toros y banquetes que simbolizan la gratitud de los priostes por los favores obtenidos. Dentro del mismo ámbito religioso, se llevan a cabo celebraciones como el Corpus Christi, una festividad dedicada a la Eucaristía que fortalece la fe de los creyentes en la presencia real de Jesucristo en el Santísimo Sacramento. Esta festividad abarca ocho días, comenzando con el jueves de Corpus y extendiéndose a los siguientes ocho días conocidos como la Fiesta del Septenario (Gobierno Municipal del cantón Girón, 2023).

Las fiestas y sacrificios en honor al Señor de Girón en la provincia de Azuay son manifestaciones culturales profundamente arraigadas que tienen raíces históricas y simbólicas. Estas celebraciones no solo son momentos de alegría y devoción, sino que también desempeñan un papel crucial en la preservación de la identidad y las tradiciones de la comunidad. La justificación de estas festividades podría basarse en varios aspectos. En primer lugar, la importancia histórica del Señor de Girón como una figura religiosa central para la comunidad local. Estas celebraciones pueden remontarse a eventos históricos o leyendas que han sido transmitidas de generación en generación, y la realización de fiestas y sacrificios puede considerarse como un acto de continuidad y conexión con el pasado.

Además, las festividades en honor al Señor de Girón también pueden ser vistas como expresiones de gratitud y devoción. Los sacrificios y rituales pueden interpretarse como ofrendas simbólicas para agradecer por bendiciones recibidas o para buscar protección y prosperidad para la comunidad. En este sentido, las celebraciones se convierten en una forma de fortalecer los lazos comunitarios al compartir experiencias espirituales y expresar solidaridad. Por otro lado, las festividades también pueden desempeñar un papel en la promoción del turismo cultural y el desarrollo económico local. A medida que estas celebraciones atraen la atención de visitantes, pueden generar ingresos para la comunidad, contribuyendo así a la sostenibilidad de las tradiciones y permitiendo la preservación de lugares y prácticas culturales.

En este sentido es necesario recalcar la riqueza histórica y espiritual de la festividad que representa un patrimonio cultural invaluable que merece ser compartido y preservado. Al destacar esta dimensión, la campaña no solo promueve el turismo, sino que también contribuye

a la difusión y salvaguardia de las tradiciones locales. De igual forma, se enfoca en resaltar los impactos positivos en la comunidad local, la campaña se convierte en una herramienta para el desarrollo sostenible. La participación activa de la comunidad no solo fortalece los lazos sociales, sino que también genera oportunidades económicas para los residentes locales, como artesanos, comerciantes y proveedores de servicios turísticos.

En este contexto, la figura central del Señor de Girón adquiere importancia no solo desde el punto de vista religioso, sino también como un símbolo cultural que puede atraer la atención y el interés de visitantes. Al poner de relieve esta figura, la campaña busca no solo atraer turistas, sino también crear un sentido de respeto y aprecio hacia la herencia cultural de la provincia de Azuay. La inclusión de elementos distintivos de la celebración, como rituales, música, danzas y gastronomía, en la campaña, busca enriquecer la experiencia del turista y resaltar la autenticidad y diversidad cultural del destino.

La utilización de diversos canales de comunicación modernos, como redes sociales y publicidad en línea, permite llegar a una audiencia más amplia, adaptándose a las tendencias actuales de consumo de información. La colaboración con medios locales refuerza los lazos con la comunidad y amplifica el alcance de la campaña. En última instancia, la campaña se justifica al centrarse en crear una impresión duradera y positiva del destino. Esta impresión positiva no solo atraerá a turistas en el corto plazo, sino que también contribuirá al desarrollo económico a largo plazo, estableciendo el Señor de Girón como un destino turístico destacado en la provincia de Azuay, en el cantón de Girón.

1.2. Formulación del Problema y Preguntas de Investigación

En el contexto de diseñar un plan de comunicación para una campaña de turismo religioso centrada en las festividades en honor y sacrificio al Señor de Girón, el problema principal radica en la falta de una estrategia de comunicación efectiva que maximice la visibilidad y participación en este evento único. La falta de una presencia sólida en los canales de comunicación relevantes puede estar limitando el conocimiento y el interés del público en general y de posibles visitantes específicamente.

1.2.1. Formulación del Problema

La Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón, es una celebración cultural arraigada en la provincia de Azuay, específicamente en el cantón Girón, considerando que posee un potencial turístico significativo que aún no ha sido plenamente explorado ni aprovechado. A pesar de la

riqueza histórica y espiritual de esta festividad, se observa una falta de visibilidad a nivel nacional e internacional. La ausencia de una estrategia de promoción turística efectiva ha limitado el conocimiento y la participación de turistas potenciales en este evento cultural, impidiendo así el pleno desarrollo de su potencial económico y cultural.

Esta carencia de promoción turística se traduce en oportunidades perdidas para la comunidad local, porque no se ha capitalizado adecuadamente la participación activa de la comunidad ni se han resaltado los elementos distintivos de la celebración, como rituales, música, danzas y gastronomía. La falta de una campaña de promoción integral ha llevado a que el Señor de Girón no alcance su máximo impacto como destino turístico, lo que a su vez afecta el desarrollo económico local y la preservación de esta rica tradición cultural. Además, la limitada utilización de canales de comunicación modernos, como redes sociales y publicidad en línea, ha dificultado la conexión con una audiencia más amplia, especialmente con el segmento de turistas potenciales que busca experiencias culturales auténticas y enriquecedoras. La colaboración con medios locales también se presenta como una oportunidad subutilizada que podría fortalecer la campaña y expandir su alcance.

En este contexto, el planteamiento del problema se centra en la necesidad apremiante de establecer una Campaña de Promoción Turística para la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón. Esta campaña debe abordar la falta de visibilidad, la subutilización de los elementos distintivos de la festividad, la ausencia de estrategias modernas de promoción y la falta de colaboración efectiva con los medios locales. La resolución de estos problemas contribuirá no solo a la atracción de turistas, sino también al desarrollo económico sostenible y a la preservación de esta valiosa tradición cultural en el cantón de Girón de la provincia de Azuay.

1.2.2. Preguntas De Investigación

Con esta investigación se pretende dar respuesta a las siguientes preguntas planteadas:

1. ¿Cuál es el nivel actual de conocimiento y reconocimiento local y provincial de la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón como evento cultural del cantón de Girón?
2. ¿Cuáles son los elementos distintivos de la celebración, como rituales, música, danzas y gastronomía, que podrían ser resaltados en una campaña de promoción turística?

3. ¿Qué canales de comunicación modernos, como redes sociales y publicidad en línea, serían más efectivos para llegar a una audiencia más amplia interesada en experiencias culturales auténticas?

1.3. Objetivos de la Investigación

El diseño de un plan de comunicación efectivo para la campaña de turismo religioso enfocada en las festividades en honor y sacrificio al Señor de Girón se erige como un elemento crucial para alcanzar los objetivos estratégicos en el área de comunicación. El principal propósito de este plan es incrementar la visibilidad y participación en las festividades, posicionando al evento como una experiencia única y enriquecedora. A través de la implementación de estrategias comunicativas centradas en canales específicos, se buscará no solo informar, sino también crear una conexión emocional con el público objetivo.

Asimismo, se pretende reforzar la percepción del evento como un fenómeno cultural y espiritual de relevancia, destacando su historia y simbolismo. La estrategia comunicativa se alinea directamente con los objetivos de generar conciencia, fomentar la participación activa de la audiencia y, en última instancia, consolidar la posición del Señor de Girón como un destino destacado en el turismo religioso.

1.3.1. Objetivo General

Delinear una campaña de comunicación para la promoción turística de la fiesta en honor y sacrificio al Señor de Girón.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Profundizar en el estudio de sobre los fundamentos y conceptos de comunicación organizacional, las relaciones públicas y la promoción turística.
- Describir todos los aspectos de la fiesta y sacrificio en Honor al Señor de Girón.
- Determinar los parámetros para una adecuada promoción turística de la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón.

Capítulo II

Marco referencial

Para el desarrollo de la presente investigación fue necesario realizar un análisis sobre varios conceptos, teorías que permitieron fundamentar teóricamente con la finalidad de dar solución a las preguntas investigativas definidas y los objetivos planteados, por consiguiente, se hace énfasis en los puntos más relevantes para la investigación:

En el trabajo titulado: La promoción turística y la revalorización del pensamiento Montalvino en la casa y mausoleo de Juan Montalvo de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua. Este trabajo se basó en la elaboración del Plan de Estrategias para la Promoción Turística con el fin de prevenir la devaluación del Pensamiento Montalvino, mediante el establecimiento de metas y un plan de acción como instrumento fundamental para la toma de decisiones. Se ha analizado de qué manera la eficiente utilización de los recursos puede contribuir al aumento sostenible del flujo turístico a largo plazo. Además, se han formulado diversas estrategias con el objetivo de capitalizar las perspectivas culturales y turísticas del mercado en el que opera la entidad sujeta a estudio. Este enfoque permitirá la implementación práctica del plan, convirtiéndose en el motor que impulse el cambio necesario para la Casa y Mausoleo de Juan Montalvo (Arboleda, 2015).

En la tesis titulada: Construcción de priestazgo: resignificaciones en la Fiesta de los Toros en Honor al Señor de Girón en el contexto de alta migración. Este estudio está enfocado en las resignificaciones en la Fiesta de los Toros en honor al Señor de Girón en el contexto de alta migración es una etnografía que examina, en primer lugar, la estructura histórica y geográfica de Girón. Además, analiza la persistencia de las tradiciones de sacrificios panandinos de camélidos, ahora fusionadas en el ritual de sacrificio del toro, y explora la manera en que la celebración estaba organizada tradicionalmente (Sui, 2021).

En el trabajo titulado: Aventúrate Olón Campaña de promoción turística para el Olón que no conocemos. Este trabajo estuvo enfocado en contribuir al desarrollo económico y social de la Comuna Olón, así como dar a conocer las diversas alternativas de servicios turísticos no relacionados con la playa que esta comuna ofrece, con el objetivo de potenciar y promover estos servicios utilizando los recursos disponibles para satisfacer a los visitantes. Para lo cual se

aplicaron estrategias comunicacionales con la finalidad de repotenciar el turismo local y nacional mediante los canales tradicionales y medios digitales (Romero & Vallejo, 2022).

En este contexto, una campaña de promoción turística para las fiestas no solo tiene el potencial de impulsar la economía local, sino que también contribuye a la preservación cultural, mejora la imagen del destino y fomenta un desarrollo turístico sostenible. Donde se pueden detallar las festividades locales como un tesoro cultural que, al ser promovido, preserva y destaca la identidad única del cantón. Considerando que la campaña puede ser un vehículo para compartir tradiciones, artesanías, música y otras expresiones culturales con residentes y visitantes, tomando en cuenta que el éxito de la promoción turística puede atraer inversiones en infraestructuras turísticas, lo que a su vez contribuye al desarrollo a largo plazo del cantón. Esto incluye la construcción de hoteles, restaurantes y otras facilidades que benefician tanto a los residentes como a los visitantes.

2.1. Marco conceptual en referencia a las fiestas religiosas

El desarrollo de un plan de comunicación estratégico para la campaña de turismo religioso, centrada en las festividades en honor y sacrificio al Señor de Girón, se erige como un puente fundamental para fusionar las dimensiones espirituales y culturales de este evento. La comunicación efectiva desempeña un papel vital al no solo destacar las prácticas religiosas y devocionales asociadas con el Señor de Girón, sino también al enriquecer la narrativa cultural que rodea estas festividades. La campaña se propone no solo atraer a los peregrinos devotos, sino también a los amantes del turismo cultural, destacando la riqueza histórica, la artesanía local y las tradiciones arraigadas en estas celebraciones. La estrategia comunicativa busca así no solo promover la participación en el ámbito religioso, sino también enriquecer la experiencia cultural de los visitantes, consolidando al Señor de Girón como un destino integral que ofrece una inmersión auténtica en la esencia espiritual y cultural de la región.

2.1.1. Turismo Cultural en las fiestas religiosas

El turismo emerge como una de las principales actividades socioeconómicas a nivel global, consolidándose como uno de los sectores con mayor expansión en términos sociales y económicos. Dentro de este ámbito, el turismo cultural destaca como una de las formas más

arraigadas y de mayor alcance, atribuible en parte a las diversas categorías que abarca (Valverde, 2018).

El turismo cultural ha demostrado ser una actividad prometedora, evidenciada por su destacado desarrollo vinculado a la diversidad cultural global. Dado que las motivaciones culturales desempeñan un papel crucial en la elección del destino turístico, es cada vez más imperativo abordar el turismo cultural desde una perspectiva sostenible (Cardoso, et al., 2020).

El turismo cultural se refiere a la práctica de viajar con el propósito principal de experimentar, comprender y disfrutar de la cultura de un lugar. Este tipo de turismo se centra en la exploración de manifestaciones culturales, como la arquitectura, la historia, las artes, la gastronomía, las tradiciones y otros aspectos que definen la identidad de una comunidad o región. Los turistas culturales buscan enriquecer su comprensión de diferentes formas de vida, apreciar la diversidad cultural y sumergirse en las expresiones artísticas y patrimoniales de un destino. Este enfoque turístico no solo beneficia a los viajeros al ampliar sus horizontes, sino que también puede tener un impacto positivo en la preservación y promoción de la herencia cultural de las comunidades locales.

2.1.2. Marketing Turístico en la Fiesta en Honor y Sacrificio de Nuestro Señor de Girón

El diseño meticuloso de un plan de comunicación se presenta como el cimiento estratégico para la campaña de turismo religioso, focalizada en las festividades en honor y sacrificio al Señor de Girón, fusionando hábilmente elementos de marketing turístico. En este contexto, la comunicación no solo actúa como un medio informativo, sino como una poderosa herramienta de promoción. El plan se orienta hacia la creación de una marca distintiva para el Señor de Girón, utilizando estrategias de marketing turístico para resaltar sus características únicas y su atractivo espiritual. La campaña se esfuerza por posicionar al evento como un destino imperdible en el panorama turístico, aprovechando tácticas de marketing experiencial para despertar el interés y la participación. La narrativa comunicativa se enlaza directamente con las estrategias de marketing, buscando no solo informar sobre las festividades, sino también inspirar una conexión emocional que motive a los viajeros a elegir el Señor de Girón como un destino turístico singular y enriquecedor.

Es crucial destacar que el marketing turístico y el marketing de destino no son sinónimos, porque el primero implica desarrollar estrategias para promocionar no solo destinos turísticos, sino también aspectos como la oferta hotelera, comercial y otros elementos complementarios del lugar. En contraste, el marketing de destino se concentra exclusivamente en la promoción de la faceta turística de una zona (Olguín, et al., 2020).

El marketing turístico se configura como un proceso que comprende diversas actividades relacionadas con la gestión empresarial, con el objetivo de equilibrar y satisfacer las necesidades y deseos de los clientes, alcanzando así la meta corporativa de rentabilidad. La función fundamental del marketing es construir de manera participativa y atractiva una imagen atractiva mediante estrategias propias de esta disciplina, con el fin de fomentar el turismo. En la elaboración del marco teórico, se han considerado los ejes temáticos relacionados con las dimensiones pertinentes a las variables (Muñoz, et al., 2022).

Por lo tanto, el marketing turístico es un conjunto de estrategias y actividades que se enfocan en promover destinos, servicios y productos turísticos, el objetivo principal es atraer y satisfacer las necesidades de los turistas, al tiempo que se alcanzan metas corporativas, como la rentabilidad para las empresas y la promoción efectiva de un destino. Este tipo de marketing se centra en la creación de una imagen atractiva y participativa para el público, utilizando diversas herramientas y técnicas de marketing para destacar las características únicas y atractivas de un lugar o servicio turístico. Esto incluye la utilización de campañas publicitarias, presencia en redes sociales, eventos promocionales y otras estrategias para influir en la decisión de los turistas a la hora de elegir destinos y servicios turísticos.

2.1.3. Comunicación estratégica en las festividades religiosas

La concepción de un plan de comunicación para la campaña de turismo religioso, centrada en las festividades en honor y sacrificio al Señor de Girón, se posiciona como un ejercicio crucial de comunicación estratégica. La estrategia no se limita a la mera difusión de información; más bien, se trata de un enfoque meticuloso que busca alinear la narrativa comunicativa con los objetivos a largo plazo. La comunicación estratégica en este contexto implica la identificación precisa de los públicos objetivos y la adaptación del mensaje para suscitar respuestas específicas. El plan se esfuerza por cultivar relaciones sólidas con la comunidad local, peregrinos devotos y

potenciales visitantes, utilizando canales diversos para transmitir un mensaje coherente y persuasivo. La comunicación estratégica se convierte así en un medio para construir una imagen integral del Señor de Girón como un destino espiritual de renombre, fomentando la participación activa y creando un impacto duradero en la percepción de la audiencia.

La comunicación estratégica se ha vuelto un área de estudio y práctica académica de gran importancia. Establecer los fundamentos para la preparación de futuros profesionales de la comunicación que elijan especializarse en este campo implica, en primer lugar, definir los problemas inherentes a este ámbito tanto teórico como profesional. Además, implica profundizar en la importancia de situar la labor del profesional de la comunicación estratégica dentro del contexto de la gestión de la comunicación empresarial (Carrillo, 2014).

La comunicación estratégica emerge como una herramienta esencial para establecer y mantener relaciones positivas entre instituciones o individuos con el propósito de alcanzar objetivos tangibles e intangibles. A partir del concepto de comunicación, se delinean diversas estrategias aplicables. Asimismo, se analiza la práctica de la comunicación estratégica en la promoción del Buen Vivir (Márquez, et al., 2018).

En este sentido, la comunicación estratégica se refiere al diseño y aplicación de planes y acciones de comunicación con un enfoque planificado y orientado a alcanzar objetivos específicos. En el contexto de una campaña de promoción turística, la comunicación estratégica es esencial para crear y difundir mensajes efectivos que atraigan a los turistas y contribuyan al éxito de la campaña. Por lo tanto, la comunicación estratégica en una campaña de promoción turística es fundamental para estructurar mensajes persuasivos, seleccionar los canales adecuados y gestionar la imagen del destino de manera integral, contribuyendo así al éxito de la iniciativa y al aumento del turismo en la región.

2.1.4. Campaña publicitaria en Honor y Sacrificio de Nuestro Señor de Girón

El diseño de un plan de comunicación para la campaña de turismo religioso, enfocada en las festividades en honor y sacrificio al Señor de Girón, se convierte en el marco estratégico para el desarrollo de una campaña publicitaria cautivadora. La comunicación se transforma en un instrumento potente para construir una narrativa atractiva y memorable que sirva como piedra angular de la campaña publicitaria. Con el objetivo de destacar la singularidad y la emotividad de

estas festividades, la estrategia publicitaria se apoya en elementos visuales evocadores, mensajes impactantes y una presencia efectiva en diversos medios. La campaña busca no solo informar sobre el evento, sino también generar expectación y deseo de participación. La publicidad se convierte así en el vehículo que llevará la esencia y el atractivo del Señor de Girón a audiencias más amplias, creando un llamado convincente para que los espectadores se sumerjan en esta experiencia única de turismo religioso.

Una campaña publicitaria implica los esfuerzos de una empresa para generar conciencia sobre un producto o servicio específico, así como para informar al consumidor acerca de un negocio u organización. Por consiguiente, establecer el propósito de una campaña generalmente proporciona una guía sobre la cantidad de marketing necesaria y cuáles medios son los más efectivos. Como resultado, se identifican diversos tipos de campañas publicitarias, cada una con su objetivo específico, como las de lanzamiento, mantenimiento, sociales, de bien público, políticas (Ancin, 2018).

Una campaña publicitaria constituye una táctica de comunicación implementada por las empresas con el fin de promover un producto, servicio o material de la marca entre su público objetivo, con la intención de arraigarla en la mente de sus posibles consumidores (Giraldo, 2019). Se sostiene que una campaña publicitaria representa el núcleo fundamental para la difusión de un mensaje o producto.

En este contexto, una campaña publicitaria es una serie de estrategias y acciones planificadas que una empresa, organización o entidad lleva a cabo para promover y difundir un producto, servicio o mensaje específico. Estas campañas suelen utilizar diversos medios de comunicación, como anuncios en televisión, radio, prensa escrita, redes sociales, entre otros, con el objetivo de llegar a su audiencia objetivo y lograr impactar de manera efectiva. De igual manera, una campaña publicitaria en la promoción turística es esencial para crear conciencia, fomentar la elección de destinos, fortalecer la imagen de marca y, en última instancia, contribuir al desarrollo turístico de una región.

2.1.5. Uso de medios sociales en la promoción turística

La concepción de un plan de comunicación estratégico para la campaña de turismo religioso, centrada en las festividades en honor y sacrificio al Señor de Girón, se enriquece significativamente al integrar de manera efectiva el uso de medios sociales. En la era digital, los medios sociales no solo son canales de comunicación, sino plataformas dinámicas que conectan directamente con audiencias globales. El plan se enfoca en la creación de contenidos atractivos y compartibles que resalten la esencia espiritual y cultural de las festividades, fomentando la participación activa y la difusión orgánica. La interactividad de los medios sociales se aprovecha para construir una comunidad virtual en torno al Señor de Girón, donde los seguidores pueden compartir experiencias, expresar devoción y ser embajadores digitales del evento. Además, la monitorización de tendencias y la retroalimentación en tiempo real permiten ajustar la estrategia de comunicación para maximizar el impacto y la resonancia en las plataformas digitales.

Las redes sociales son plataformas que posibilitan el establecimiento de relaciones entre usuarios, ya sea que estos se conozcan en la realidad o no. Cada conexión creada proporciona acceso a todas las personas vinculadas a cada usuario, permitiendo que estas relaciones se expandan de manera ilimitada, formando una extensa red de conexiones. Estas redes son consideradas sistemas abiertos y representan formas de interacción social, caracterizadas por un intercambio dinámico entre individuos, grupos e instituciones en contextos de complejidad (Barriga, 2014).

Los medios y plataformas de redes sociales representan una herramienta altamente beneficiosa para la promoción turística del país tanto a nivel nacional como internacional, porque a través de ellos, los turistas obtienen información sobre los destinos (Mestanza, 2015). En el contexto de la pandemia de COVID-19, uno de los sectores más impactados a nivel global ha sido el turismo (Organización Mundial de Turismo - OMT, 2020; Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL, 2020). En la actualidad, se están formulando diversas propuestas y estrategias destinadas a la recuperación y reactivación del sector turístico, las cuales incluyen la difusión y promoción de atractivos turísticos mediante los medios y las redes sociales (Martínez, 2020; Santana, 2020).

Por consiguiente, el uso de medios sociales en la promoción turística se presenta como una estrategia esencial en la era digital. La capacidad de llegar a audiencias globales, interactuar

directamente con los posibles visitantes, aprovechar la viralidad y mantener un compromiso continuo ofrece oportunidades únicas para los destinos turísticos. Además, la inmediatez en la difusión de información, la credibilidad derivada de las opiniones compartidas y la segmentación precisa de la audiencia contribuyen a la efectividad y eficiencia de estas estrategias. En un mundo donde la conectividad digital es omnipresente, los medios sociales no solo son una herramienta de promoción, sino un canal integral para construir y mantener la imagen de un destino, influir en las decisiones de viaje y contribuir al desarrollo sostenible del turismo.

Capítulo III

Metodología

En esta sección se describirá la metodología de la investigación con base a la problemática descrita, las preguntas de investigación y los objetivos propuestos con la finalidad de presentar una solución viable al trabajo que se está desarrollando:

3.1. Tipo De Investigación

3.1.1. Investigación Descriptiva

Los estudios descriptivos se distinguen por centrarse en una única variable de investigación, conocida como variable de interés. Este tipo de estudio se enfoca exclusivamente en analizar y describir dicha variable. Además, los estudios descriptivos deben identificar los factores presentes en el entorno de la variable de interés que pueden considerarse en la investigación (Ochoa & Yunkor, 2021). Por lo tanto, se aplicó la metodología descriptiva en este trabajo con la finalidad de recopilar, analizar y presentar información detallada y precisa sobre aspectos específicos relacionados con la fiesta y sacrificio en Honor al Señor de Girón, de donde se detalló las características, la historia, la cultura y otros aspectos relevantes de los atractivos turísticos que se debería promocionar para atraer turistas potenciales.

3.1.2. Investigación de Campo

La investigación de campo y la etnografía ofrecen una perspectiva completa del consumidor al ir más allá de la percepción simplificada de la toma de decisiones individuales. En cambio, se aborda al ser humano como un ser social y cultural, influido por diversos factores como sistemas simbólicos, creencias religiosas, identidad, rituales y mitos, entre otros (Badot, & Cova, 2009). Por consiguiente, la metodología de campo se utilizó la recopilación directa de datos y observaciones en el lugar de destino donde se llevan a cabo las fiesta y sacrificio en Honor al Señor de Girón.

3.2. Enfoque Mixto

En este estudio, se empleará un enfoque de investigación mixta que involucra la combinación de métodos cualitativos y cuantitativos. Esta combinación tiene como objetivo obtener una comprensión más completa y profunda de los resultados. Como lo manifiesta Otero (2018), el

proceso de investigación mixta implica la recopilación, análisis e interpretación tanto de datos cualitativos como cuantitativos, seleccionados por el investigador según la necesidad de su estudio (p.19). Por lo tanto, se aplicó un cuestionario a las personas del cantón de Girón para conocer sobre la percepción sobre las fiesta y sacrificio en Honor al Señor de Girón y que estrategias de campañas de promoción turística consideran que deben utilizarse. De igual manera se empleó una guía de entrevista a los priostes de las fiestas del año 2023.

3.3. Técnicas de Investigación

3.3.1. Encuesta

La encuesta se realiza a través de un instrumento conocido como cuestionario y se enfoca exclusivamente en personas, ofreciendo información acerca de sus opiniones, comportamientos o percepciones. Puede generar resultados tanto cuantitativos como cualitativos, centrándose en preguntas predefinidas con una secuencia lógica y un sistema de respuestas graduado. En su mayoría, los datos recopilados son de naturaleza numérica (Arias, 2020). La encuesta se aplicó a la población del cantón de Girón para conocer la percepción sobre cómo se lleva a cabo fiesta y sacrificio en Honor al Señor de Girón, mediante la plataforma de Google Forms (Anexo 1).

3.3.2. Guía de entrevista

Lanuez & Fernández (2014) definen la entrevista como un método empírico que se fundamenta en la comunicación interpersonal entre el investigador y el sujeto o sujetos de estudio. Su finalidad es obtener respuestas verbales a las preguntas planteadas en relación con el problema de investigación. La guía de entrevista se aplicó a cinco priostes y principales autoridades que son parte de la fiesta y sacrificio en Honor al Señor de Girón, como se muestra en el Anexo 2.

3.4. Población y Muestra

3.4.1. Población

Para el desarrollo de la presente investigación está enfocado en realizar a la población del cantón de Girón como se detalla en la tabla 1:

Tabla 1 Población cantón de Girón

Mujeres	6.830
Hombres	5.777
Total	12.607

Fuente: PDOT del cantón de Girón (2022).

3.4.2. Muestra

Condori, P. (2020) detalla “la muestra es parte representativa de la población, con las mismas características generales de la población” (p.3). por lo tanto, de acuerdo a la tabla 1 se aplicó la técnica del muestreo probabilístico, con una probabilidad del 50% y un margen de error del 5% como se detalla a continuación:

Fórmula de la muestra con población finita:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

Reemplazando la fórmula:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5)(12607)}{(0,05)^2(12607 - 1) + (1,96)^2(0,5) (0,5)}$$

n= 373 encuestas

Capítulo IV

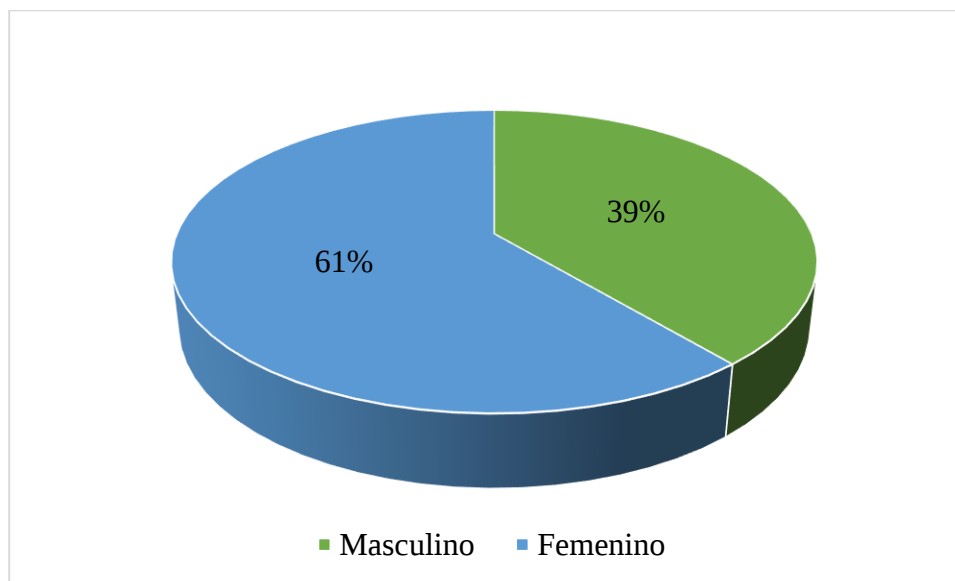
Resultados

En esta sección, se presentan los resultados obtenidos de acuerdo a la metodología descrita y la aplicación de los diferentes instrumentos de recolección de datos, en este sentido, los principales hallazgos a partir resultados estadísticos obtenidos a partir de la encuesta aplicada a 373 personas realizadas dentro de la población del cantón de Girón y la guía de entrevista.

4.1. Resultados de la encuesta aplicada

1. Sexo

Figura 1
Sexo

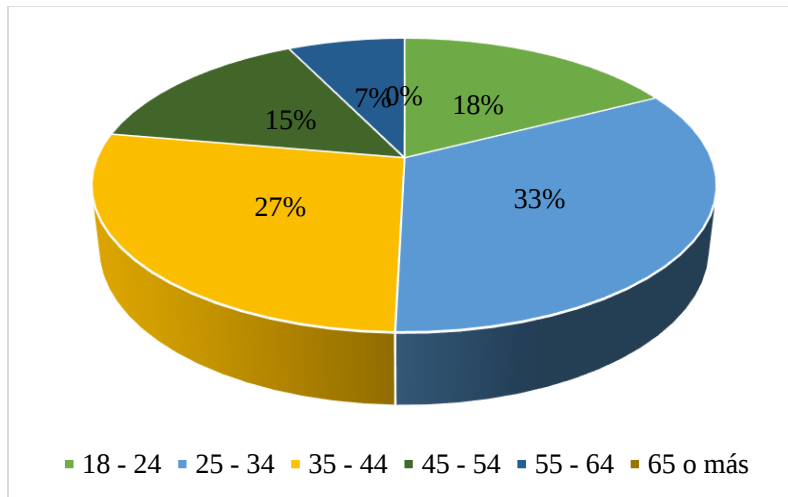


Análisis:

De acuerdo a la aplicación de las encuestas se evidencia que el 61% respondieron del género femenino y el 39% del género masculino.

2. Edad

Figura 2
Edad

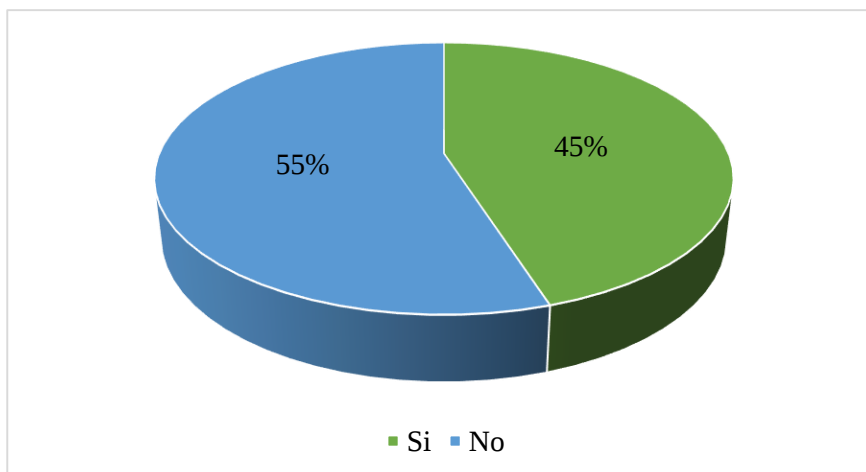


Análisis:

Las edades de los encuestados se encuentran en los siguientes rangos, de 25 a 34 años el 33%, de 35 a 44 años el 27%, de 18 a 24 años el 18%, de 45 a 54 años el 15% y de 55 a 64 años el 7%.

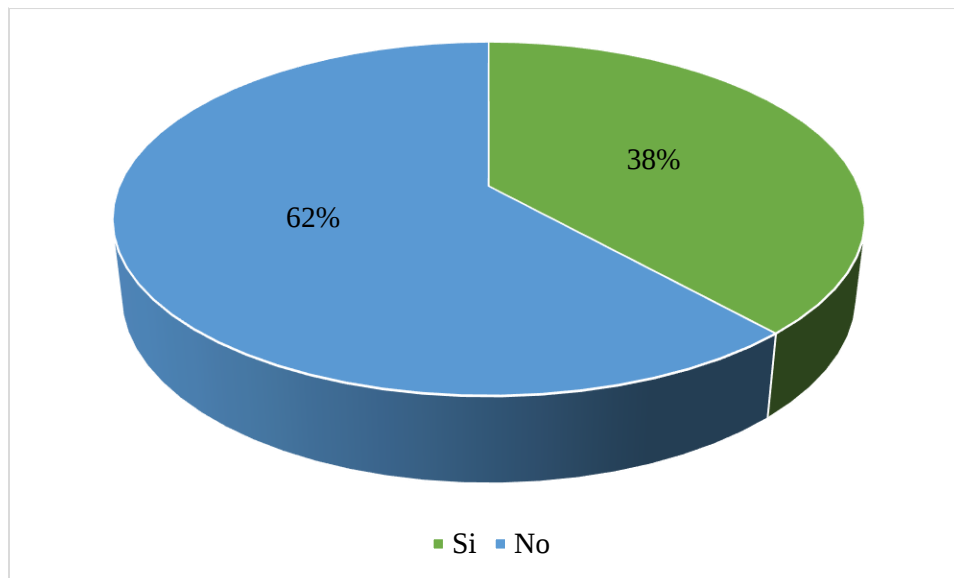
3. ¿Está familiarizado/a con la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón?

Figura 3
Familiarizado con la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón



Análisis:

En cuanto si las personas se encuentran familiarizadas con la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón, se muestra que el 55% no lo está, considerándose una fiesta tradicional del cantón y que se lleva a cabo por varias semanas, es importante que se busque estrategias comunicacionales para que la población pueda conocer más y participar de este evento.

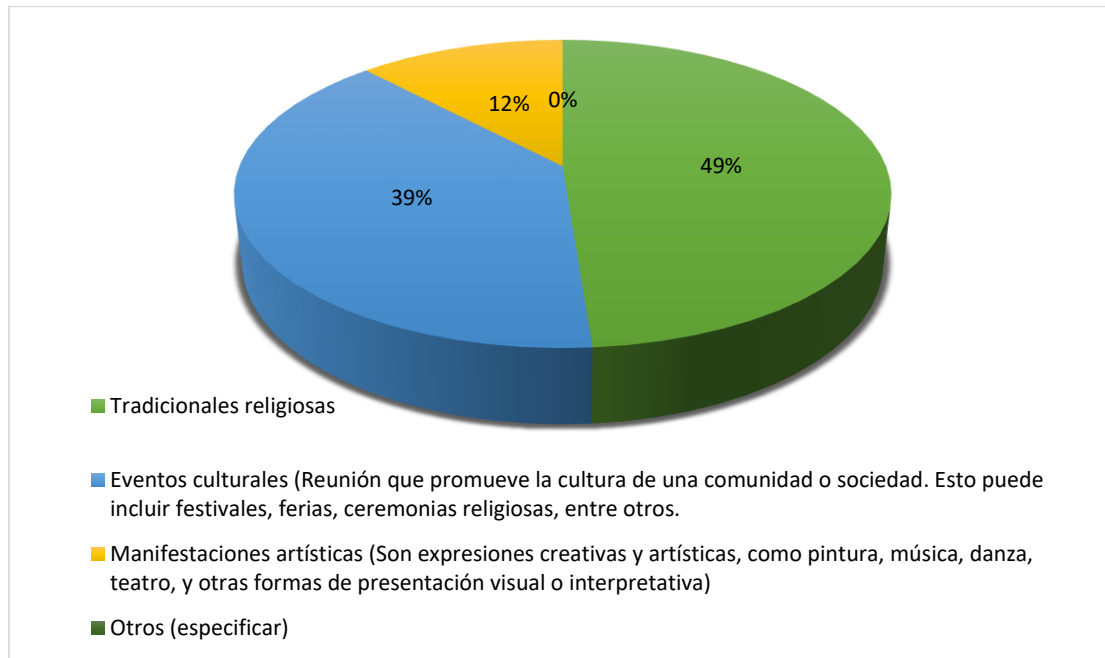
4. ¿Ha asistido alguna vez a la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón?**Figura 4***Asistencia a la fiesta***Análisis:**

Como se evidenció si la población no tiene conocimiento de esta festividad llevada a cabo en el cantón de Girón, no podrá asistir y también la falta de una adecuada socialización limita la participación de la ciudadanía, por lo que el 62% no asistido a la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón, frente a un 38% que ha participado.

5. ¿Qué elementos distintivos recuerda de la Fiesta y Sacrificio? (Selecciona todas las opciones aplicables)

Figura 5

Elementos distintivos de las fiestas



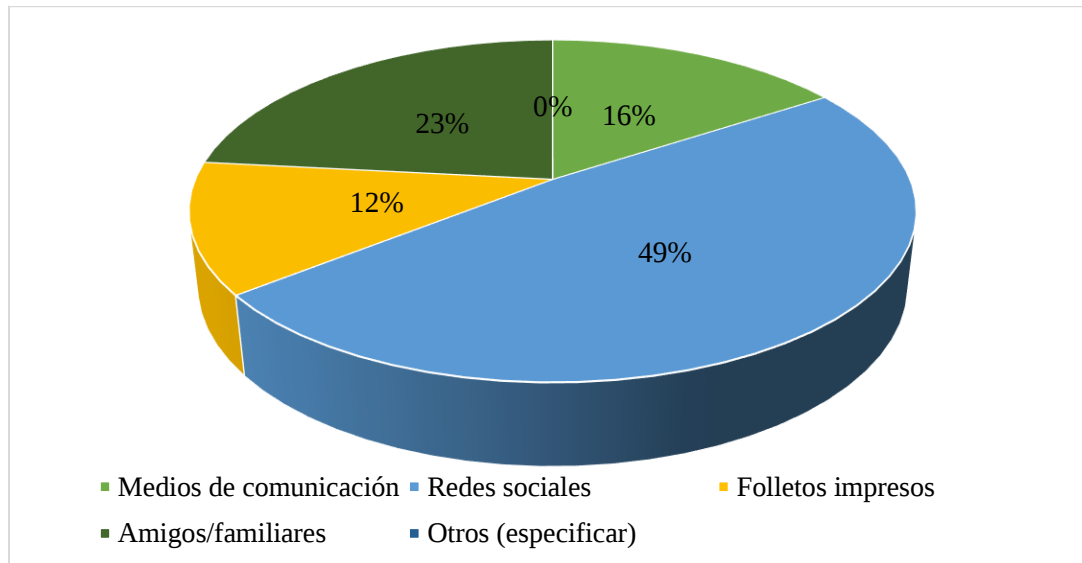
Análisis:

Dentro de los elementos distintivos sobre la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón, consideran que el 49% se identifica como una fiesta tradicional religiosa, el 39% como un evento cultural y un 12% como manifestaciones artísticas.

6. ¿Cuáles son las fuentes principales de información que ha utilizado para conocer sobre la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón? (Selecciona todas las opciones aplicables)

Figura 6

Fuentes de información utilizadas para conocer las fiestas



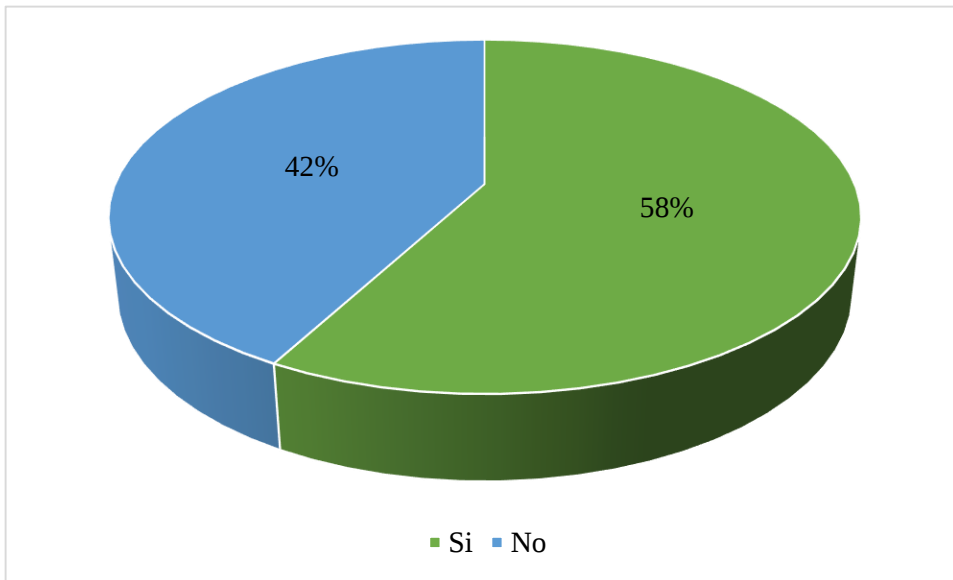
Análisis:

Es necesario que existan estrategias comunicacionales y publicitarias que permitan que la ciudadanía conozca sobre la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón, considerando que actualmente las redes sociales son un medio muy utilizados se evidencia que existe la difusión de un 49%, en cuanto a las referencias por amigos o familiares está presente un 23%, los medios de comunicación o tradicionales el 16% y mediante folletos impresos un 12%, tomando en consideración que esta pregunta es estratégica en cuanto a la presente investigación.

7. ¿Cree usted que la promoción turística de la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón ha desempeñado un papel significativo en su elección de participar en dicho evento?

Figura 7

Promoción turística de la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón



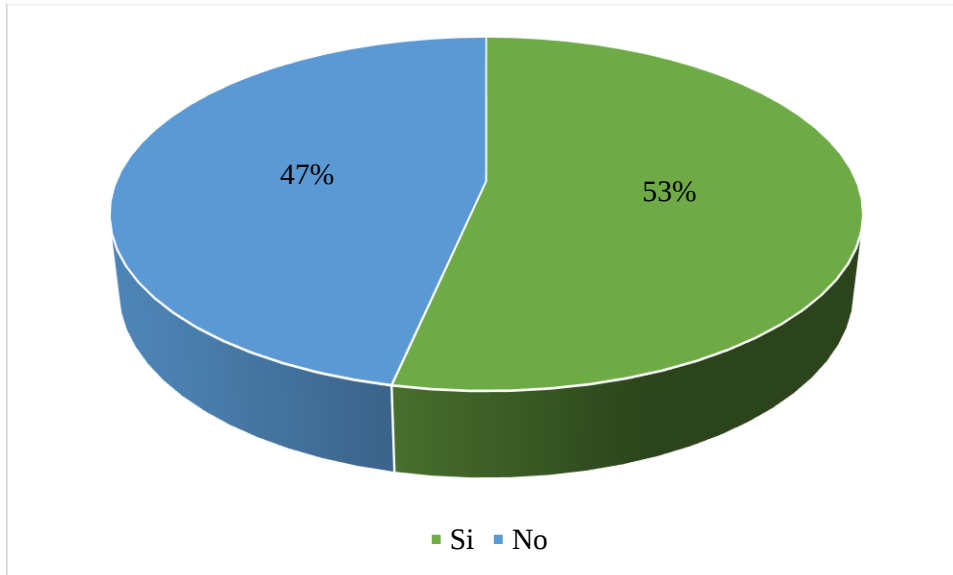
Análisis:

Es importante identificar que, la promoción turística se refiere a las estrategias y actividades diseñadas para fomentar y aumentar la afluencia de turistas a un destino específico, en donde se puede incluir la publicidad, campañas de marketing, participación en ferias turísticas, desarrollo de sitios web turísticos, uso de redes sociales, entre otras tácticas, en este sentido, el 58% indica que la promoción turística ha permitido que decida participar en la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón, sin embargo, un 42% detalla que no, es ahí donde se debe realizar estrategias comunicacionales y difundir más los temas en cuanto a la promoción turística.

8. ¿Cree que la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón ha ganado popularidad en los últimos años?

Figura 8

Popularidad en los últimos años la festividad en el cantón



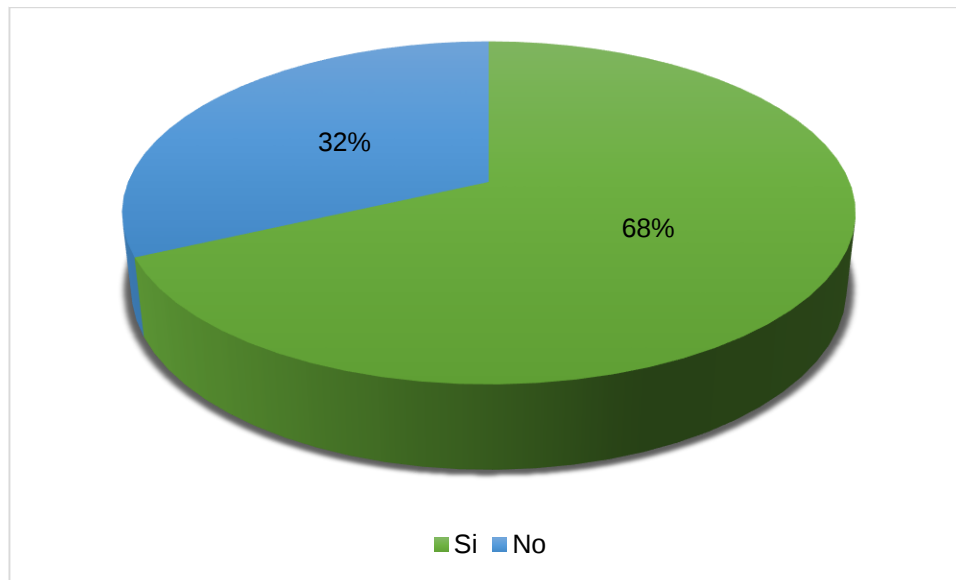
Análisis:

En la actualidad, en el cantón de Girón las festividades de la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón, se ha ido difundiendo y la ciudadanía tienen conocimiento e incluso participan considerando que estas tradiciones permiten realizar las celebraciones por alrededor de seis semanas, donde permite que el turismo y la economía del sector se dinamice, considerando que el 53% lo mira desde este punto de vista, sin embargo, el 47% no tiene esta perspectiva es ahí donde se hace necesario que desde los organizadores pongan más énfasis y mejorar esta percepción en virtud de lograr una mayor acogida en el cantón.

9. ¿Recomendaría la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón como destino turístico a otras personas?

Figura 9

Recomendación de las fiestas como destino turístico



Análisis:

La Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón, son consideradas como atractivo turístico en virtud de cada una de las actividades que realizan son consideradas religiosas y permiten dinamizar la economía en el cantón, por lo tanto, el 68% si recomienda para que los turistas nacionales y extranjeros visiten y formen parte, sin embargo, es necesario que al 32% que no recomienda las festividades, se debe realizar estrategias publicitarias para que las conozca y se sientan identificados con las celebraciones que realizan en el cantón.

4.2. Guía de entrevistas

En cuanto a la guía de entrevista es importante describir que se aplicó a cinco personas de las cuales se obtuvieron datos relevantes que aportaron a la presente investigación con la finalidad de obtener información sobre elementos distintivos y estrategias comunicacionales aplicadas para la promoción turística de la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón, en este sentido, se muestra los principales hallazgos:

Actualmente, la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón, en el cantón de Girón es considerada como una celebración religiosa, donde se evidencia la fe de las personas y de cada

uno de los priostes que forman parte, donde se evidencia una tradición cultural y de devoción porque agradecen al Señor de Girón por lo favores recibidos, sin embargo, esta conmemoración en algunas ocasiones se ve empañada por el consumo excesivo de bebidas alcohólicas que limitan que las festividades se lleven con normalidad, por lo que se deberían realizar programas de concientización para evitar estos consumos, considerando que es una fiesta religiosa.

En este contexto, es importante detallar que lo destacable de esta festividad son sin duda las seis semanas de celebración y que cada una de ellas tiene los respectivos priostes, los distintivos que usa cada fiesta alcalde que es el prioste principal, otra característica es el juego de luces, las danzas, entre otros eventos que se realizan, sin embargo el día domingo, es donde se lleva a cabo la eucaristía, la procesión, las flores y la banda es una parte fundamental, donde también se realiza el sacrificio del toro, todo esto va acompañado de un show artístico. De igual manera, otro día característico es el lunes donde todos los priostes, platilleras y acompañantes, van a la cancha grande y es donde se realiza la escaramuza, así como el tradicional lanzamiento de caramelos a los presentes y al finalizar realizan el intercambio de botellas donde el prioste entrega la fiesta al prioste de la nueva semana.

Desde este punto de vista, es necesario indicar que la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón, es conocida desde muchos años atrás porque es la fiesta más grande de la provincia del Azuay que se celebra en el cantón de Girón, tomando en consideración que este antecedente, existe poca difusión realizada por parte de los priostes y autoridades por lo que es necesario que se utilice las redes sociales, estrategias de comunicación, donde se aplique una promoción turística y desde este punto de vista lograr una socialización global de las festividades y que lleguen los turistas nacionales y extranjeros.

Como se mencionó anteriormente las estrategias comunicacionales, que en la actualidad permiten que los eventos, conciertos, actividades religiosas y no religiosas sean conocida por la población son las redes sociales o medios digitales, los que permiten mediante diversas plataformas como Facebook e Instagram promocionar estas festividades, sin embargo, no todas las personas cuentan con dispositivos electrónicos o tienen accesibilidad al internet, por lo que es importante también aplicar una comunicación tradicional, es decir, mediante los medios impresos, radiales y televisivos, considerando que llevarán a los sectores más alejados y de esta forma abarcar a toda la población local, nacional e internacional, por lo tanto, es fundamental que se mejore este proceso para que la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón, tenga mayor realce a nivel del país.

Desde esta perspectiva, como hace falta mayor difusión la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón, a nivel nacional e internacional es necesario que, realice una promoción turística que permita detallar exclusivamente que son las fiestas, como se llevan a cabo, cuales son los principales eventos que se realizan y porque se realizan con finalidad de permitir que más personas identifiquen esta celebración considerada la más larga por las seis semanas que conlleva y todos los integrantes y programas que se ejecutan, para que de esta manera se logre contar con una reactivación turística y económica para el cantón.

Finalmente, la investigación realizada mediante entrevistas a cinco personas proporcionó valiosos datos que iluminan la realidad de la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón, este evento, arraigado en la celebración religiosa, refleja la devoción y la tradición cultural de la comunidad, los hallazgos revelaron elementos distintivos, destacando las seis semanas de celebración, donde es trascendental que, describir que la difusión ha sido limitada, y se identifica la necesidad de utilizar estrategias comunicacionales más amplias, incluyendo redes sociales, medios digitales, impresos, radiales y televisivos, tomando en cuenta que permitirá generar un impacto positivo para el cantón.

4.3. Análisis y discusión

En esta sección se presenta un análisis global sobre los principales resultados obtenidos de la encuesta realizada a la población del cantón de Girón y la guía de entrevista aplicada a las principales autoridades encargadas de la realización de la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón, considerando también una revisión investigativa en cuanto al tema comunicacional, por lo tanto, se presenta los principales hallazgos:

Las tácticas de promoción turística se evidencian a través de la participación en la Feria Internacional del Turismo - FITUR (2020), donde los planes de marketing turístico se adaptan a las distintas generaciones participantes, en particular a la generación actualmente reconocida como los millennials. Estos individuos buscan experiencias novedosas fuera de su entorno habitual, enfocándose en enriquecer su comprensión del entorno que los rodea. En este contexto, Navarro et al., (2020) argumentan “los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental al facilitar y posibilitar la implementación del marketing, ya que tienen el potencial de sensibilizar a la población sobre la necesidad de un producto o servicio, generando así una demanda” (p.80).

En consecuencia, la investigación realizada sobre la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón, donde detalla que, actualmente existe una limitada difusión publicitaria de estas

festividades lo que ocasiona que el 55% de la población del cantón de Girón no se encuentra familiarizada con esta festividad popular y que se lleva a cabo por alrededor de seis semanas, en este sentido, es necesario que se busque fomentar estrategias comunicacionales mediante una campaña de promoción turística, con el objetivo de lograr tener la acogida necesaria y que se cuente con la visita de turistas locales, nacionales e internacionales.

Desde este punto de vista, es necesario que los responsables de la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón, se enfoquen en utilizar los medios de comunicación tradicionales para llegar a la ciudadanía que no tiene acceso al internet y también empleen la tecnología, mediante las redes sociales, considerando que, a raíz de la falta de socialización, las festividades no alcanzan su máximo potencial turístico, la falta de conocimiento limita la participación de la población y de potenciales visitantes. Por lo tanto, una campaña de promoción bien diseñada puede ser crucial para dar a conocer las festividades, sus características únicas y su valor cultural.

En este contexto, la promoción turística puede generar un impacto positivo en la economía local al atraer visitantes, estimular el comercio y promover actividades económicas relacionadas con las festividades. Además, contribuirá a la preservación de la riqueza cultural de la región, es decir, una campaña exitosa debería involucrar activamente a la comunidad local, la participación y apoyo de la población son fundamentales para el éxito de la promoción, porque la comunidad es la portadora y defensora de estas tradiciones culturales y religiosas.

Por lo tanto, la implementación de una campaña de promoción bien estructurada se revela como un medio crucial para desbloquear el potencial turístico y cultural de Girón, no solo sería un catalizador para atraer visitantes y fortalecer la economía local, sino que también contribuiría a la preservación y aprecio de las tradiciones arraigadas en la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón, es imperativo aprovechar los recursos de los medios de comunicación y las redes sociales para difundir la riqueza de estas celebraciones, involucrando activamente a la comunidad local en el proceso. En última instancia, la campaña no solo aspira a atraer la atención de turistas nacionales e internacionales, sino también a empoderar a la comunidad local, educándola sobre la importancia de sus propias tradiciones. Al resaltar la singularidad y belleza de la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón, se allana el camino para una reactivación turística sostenible y una apreciación renovada de la rica herencia cultural de este encantador rincón de Ecuador.

Conclusiones y recomendaciones

En este capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones que se llegan con la presente investigación, considerando los objetivos y las preguntas de investigación planteadas.

4.1. Conclusiones

La investigación ha permitido comprender la importancia de la comunicación organizacional, las relaciones públicas y la promoción turística como elementos fundamentales para la creación de una campaña exitosa, es decir, la integración de estos conceptos es esenciales para transmitir de manera efectiva la singularidad de la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón.

El análisis exhaustivo de todos los aspectos de la fiesta ha revelado la riqueza cultural y tradicional que la caracteriza, desde sus fundamentos religiosos hasta sus elementos festivos, esta celebración posee una identidad única que merece ser resaltada y compartida a través de la campaña de promoción.

La determinación de parámetros clave para una promoción turística exitosa proporciona una base sólida para el diseño de estrategias efectivas, la comprensión de las necesidades del público objetivo y la identificación de canales de comunicación adecuados son elementos cruciales que guiarán la planificación y ejecución de la campaña.

Se reconoce la urgencia de superar la falta de conocimiento generalizado sobre la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón, por lo tanto, la implementación de la campaña no solo busca atraer turistas, sino también fortalecer el sentido de pertenencia y orgullo en la comunidad local, estimulando así la participación activa en las festividades.

4.2. Recomendaciones

Es fundamental, elaborar material educativo que detalle los aspectos culturales, religiosos y festivos de la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón, este material puede ser distribuido tanto local como globalmente para aumentar la comprensión y aprecio por la celebración.

Se recomienda diseñar una estrategia integral en redes sociales para llegar a la audiencia más amplia posible, mediante publicaciones, imágenes y vídeos atractivos pueden generar interés y participación, sirviendo como herramientas poderosas para la promoción turística.

Se requiere, establecer asociaciones con medios de comunicación locales, incluyendo periódicos, estaciones de radio y canales de televisión, porque la cobertura mediática local aumentará la visibilidad de la campaña y la participación comunitaria.

Se aconseja organizar eventos de sensibilización en el cantón de Girón para informar a la comunidad sobre los objetivos y beneficios de la campaña, porque la participación activa de la población local es crucial para el éxito a largo plazo de la promoción turística.

Referencias

- Ancin I. (2018): Análisis de los distintos tipos de campañas publicitarias y sus diferentes aplicaciones para lograr el Top of Mind de las marcas”, Revista Caribeña de Ciencias Sociales <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/05/tipos-campanas-publicitarias.html>
- Arboleda, P. (2015). La promoción turística y la revalorización del pensamiento Montalvino en la casa y mausoleo de Juan Montalvo de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/12860/1/FCHE-THP-216.pdf>
- Arias, J. (2020). Técnicas e instrumentos de investigación científica. Para ciencias administrativas, aplicadas, artísticas, humanas.
- Badot, C., & Cova, D. (2009). The contribution of Ethnology to research in consumer and shopper behavior: towards Ethnomarketing [La contribución de la etnología en las investigaciones del consumidor y el comportamiento del comprador: todo lo relacionado a etnomarketing]. Recherche et Applications en Marketing, 8(29), 93-1.
- Barriga, T. (2014). Influencia de las redes sociales virtuales en la cultura de los alumnos de la Universidad Nacional Agraria La Molina. Anales Científicos, 76 (2). 275-282.
- Cardoso, J., Bem, K. Araújo, P. (2020). Turismo cultural y sostenibilidad turística: mapeo del desempeño científico desde web of science. Turismo y Sociedad. 28. 95-113. <https://www.redalyc.org/journal/5762/576267205005/html/>
- Carrillo, M. (2014). La comunicación estratégica y sus profesionales. Revista Mediterránea de Comunicación. 5(2). 22-46. https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/43162/5/ReMedCom_05_02_04.pdf
- Castillo, M., & Castaño, V. (2015). La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas: Una revisión de 2009 a 2014. Estudios y perspectivas en turismo, 24(3), 755-775. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322015000300017&script=sci_arttext
- Colectivo PDH Ecuador (2021). Fiesta religiosa más larga del país en cantón Girón. <https://www.prodh.org/2021/11/23/fiesta-religiosa-mas-larga-del-pais-en-canton-giron/>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] (2020). América Latina y el Caribe ante la pandemia del COVID-19: efectos económicos y sociales. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/45337-america-latina-caribe-la-pandemia-covid-19-efectos-economicos-sociales>

Condori, P. (2020). Universo, población y muestra. Curso Taller. <https://www.aacademica.org/cporfirio/18.pdf>

El Mercurio (2023). Girón: cultura y naturaleza en todo su esplendor. <https://elmercurio.com.ec/2021/11/13/giron-cultura-naturaleza/>

Feria Internacional del Turismo - FITUR (2020). La publicidad turística, protagonista en FITUR 2020. <https://www.adbibotech.com/publicidad-turistica-fitur2020/>

Giraldo, V. (2019). Descubre qué es una campaña publicitaria y cómo desarrollar una en tu empresa. <https://rockcontent.com/es/blog/campana-publicitaria/>

Gobierno Municipal del cantón Girón (2023). Historia de girón. <https://www.giron.gob.ec/quienes-somos/resena-historica/>

Guzmán, A., & García, V. (2014). El Sector Turístico en Tabasco: la Perspectiva de los Servicios Ofertados en los Hoteles, Restaurantes y Transporte. México: CLAVE. <https://pcientificas.ujat.mx/index.php/pcientificas/catalog/book/77>

Lanuez, M. y Fernández, E. (2014). Metodología de la Investigación Educativa. (CD-ROM). IPLAC, La Habana, Cuba.

Márquez, J., Burau, E., Cevallos, I., & Vásquez, J. (2018). Importancia de la comunicación estratégica en la socialización del buen vivir. Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuSo), 3(1), 81-90. http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2550-65872018000100081&lng=es&tlng=es.

Martínez, S. (2020). El turismo después de la pandemia global, análisis, perspectivas y vías de recuperación. Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo

- Mestanza, L. (2015). Las Redes Sociales y el Turismo Importancia de las redes sociales sobre la estrategia empresarial del sector turístico. <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/5762/retrieve>
- Muñoz, E., Tubay, M., Carranza, H., & Chang, W. (2022). Marketing turístico y el incremento de la afluencia de visitantes en el cantón el Empalme. Revista Científica Ciencia Y Tecnología, 22(34). <https://doi.org/10.47189/rcct.v22i34.538>
- Navarro, F., Almaguer, R., Moreno, F., y Hernández, N. P. (2020). Estrategias comunicacionales en el sector turismo. Revista de Ciencias Sociales. 26(1). 77-90.
- Olgún, E., Cassasco, G., Vera, J., Vera, E. (2020). Marketing turístico como estrategias para promover el turismo en la ciudad de Bahía de Caráquez. ULEAM Bahía Magazine. 1(1), 24–30. https://revistas.uleam.edu.ec/index.php/uleam_bahia_magazine/article/view/83
- Ochoa, J., & Yunkor, Y. (2021). El estudio descriptivo en la investigación científica. Acta jurídica peruana, 2(2). <http://revistas.autonoma.edu.pe/index.php/AJP/article/view/224>
- Organización Mundial de Turismo. (2020). El turismo será uno de los sectores económicos más afectados en América Latina y el Caribe a causa del COVID-19. <https://news.un.org/es/story/2021/06/1493872>
- Otero, A. (2018). Enfoques de investigación. https://www.researchgate.net/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial [PDOT] (2023). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial – PDOT 2014 – 2023. https://www.giron.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/PDOT_GAD-Municipal-Giron.pdf
- Romero, W. & Vallejo, A. (2022). Aventúrate Olón: Campaña de promoción turística para el Olón que no conocemos. <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/3326/1/Tesis3495HURa.pdf>
- Santana, M. (2020). Los destinos se preparan para impulsar el turismo tras el coronavirus. Hosteltur. https://www.hosteltur.com/135879_los-destinos-se-preparan-para-impulsar-el-turismo-tras-el-coronavirus.html

Sui, M. (2021). Construcción de priostazgo: resignificaciones en la Fiesta de los Toros en Honor al Señor de Girón en el contexto de alta migración.
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/36524>

Tenesaca, F. (2015). Análisis de las fiestas tradicionales del cantón girón.
<https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/1130834>

Valverde, J. (2018). Una aproximación al concepto de turismo cultural. Revista Utesiana de la Facultad Ciencias Económicas y Sociales, 3(3), 46-54.
https://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/22799/RUFCEs_Sociales_4.pdf?sequence=1

Anexos

Anexo A. Encuesta aplicada a la muestra



ENCUESTA POBLACIÓN DEL CANTÓN DE GIRÓN

Objetivo: Con la finalidad de realizar una investigación sobre el conocimiento, elementos distintivos y estrategias comunicacionales aplicadas para la promoción turística de la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón, se solicita por favor su colaboración con la presente encuesta, la cual proporcionará datos importantes para este estudio que tiene fines académicos.

Instrucciones: Marque con una (x) la opción que Ud. crea conveniente para el desarrollo de la encuesta.

1. Sexo

☐ Masculino☐ Femenino

2. Edad

☐ 18 – 24☐ 25 – 34☐ 35- 44☐ 45 – 54☐ 55 – 64☐ 65 o más

3. ¿Está familiarizado/a con la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón?

☐ Si

☐ No

4. ¿Ha asistido alguna vez a la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón?

☐ Si

☐ No

5. ¿Qué elementos distintivos recuerda de la Fiesta y Sacrificio? (Selecciona todas las opciones aplicables)

☐ Tradiciones religiosas

☐ Eventos culturales (Reunión que promueve la cultura de una comunidad o sociedad. Esto puede incluir festivales, ferias, ceremonias religiosas, entre otros.

☐ Manifestaciones artísticas (Son expresiones creativas y artísticas, como pintura, música, danza, teatro, y otras formas de presentación visual o interpretativa)

☐ Otros (especificar)

6. ¿Cuáles son las fuentes principales de información que ha utilizado para conocer sobre la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón? (Selecciona todas las opciones aplicables)

☐ Medios de comunicación

☐ Redes sociales

☐ Folletos impresos

☐ Amigos/familiares

☐ Otros (especificar)

7. ¿Cree usted que la promoción turística de la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón ha desempeñado un papel significativo en su elección de participar en dicho evento?

☐ Si

☐ No

8. ¿Cree que la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón ha ganado popularidad en los últimos años?

☐ Si

☐ No

☐

9. ¿Recomendaría la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón como destino turístico a otras personas?

☐ Si

☐ No

Gracias por su colaboración

Anexo B. Guía de entrevista



GUÍA DE ENTREVISTA

Objetivo: Con la finalidad de realizar una investigación sobre el conocimiento, elementos distintivos y estrategias comunicacionales aplicadas para la promoción turística de la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón, se solicita por favor su colaboración con la presente entrevista, la cual proporcionará datos importantes para este estudio.

1. ¿Cuál es su percepción general sobre la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón?

.....

2. ¿Qué elementos o tradiciones específicas de la Fiesta y Sacrificio considera más distintivos y memorables?

.....

3. ¿Cómo ha sido su experiencia personal con la promoción turística de la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón?

.....

4. Desde su perspectiva, ¿cuáles son las estrategias de comunicación más efectivas utilizadas para promover este evento?

.....

5. ¿Cree que hay aspectos específicos que podrían mejorarse en la promoción turística de la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón?

.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo C. Campaña de Promoción Turística Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón

Nombre de la Campaña: Descubre la Esencia de Girón

1. Introducción:

En la era actual de la comunicación, la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón se presenta como un tesoro cultural inexplorado, la campaña "Descubre la Esencia de Girón" se erige como un proyecto técnicamente diseñado para desentrañar, compartir y conectar a través de estrategias comunicacionales precisas. Esta iniciativa va más allá de lo convencional; mediante una cuidadosa amalgama de contenido multimedia, presencia estratégica en redes sociales y un sitio web interactivo, buscando no solo informar, sino también envolver a la audiencia en la autenticidad de esta celebración. La colaboración con influencers locales agrega una capa de credibilidad, mientras que la participación en ferias turísticas amplifica nuestra presencia.

Cada acción está meticulosamente planificada para aprovechar las tecnologías de comunicación modernas y tradicionales, proporcionando una experiencia inmersiva que invita a la audiencia a participar activamente, la campaña no solo es un escaparate visual, sino un sistema de interacción que busca resonar con la audiencia a un nivel técnico y emocional. A continuación, se describe el slogan.

Slogan:

"Vive la Devoción, Siente la Tradición: Fiesta y Sacrificio en Girón te espera."

2. Objetivos

2.1. Objetivo General de la Campaña

Invitar a turistas nacionales e internacionales a experimentar la rica tradición cultural y espiritual de la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón, destacando sus elementos únicos y fomentando la participación activa en esta celebración única.

2.2. Objetivo Específicos de la Campaña

- Incrementar en un 30% la presencia y participación en redes sociales durante el periodo de la campaña.
- Establecer tres alianzas estratégicas con empresas de viajes reconocidas a nivel nacional e internacional para promover la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón.
- Lograr cinco entrevistas en medios de comunicación locales y nacionales que destaquen la rica tradición cultural y espiritual de la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón.

3. Estrategias y acciones generales

A continuación, se detallan las estrategias y acciones que conlleva la campaña:

Tabla 2 *Estrategias y acciones de la promoción cultura*

Estrategias y Acciones	Detalles
Desarrollo de Contenido Multimedia	Crear videos promocionales que capturen la belleza visual, musical y espiritual de la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón.
Presencia en Redes Sociales	Estrategia activa en Facebook e Instagram, para compartir contenido atractivo y fechas clave.
Sitio Web Interactivo	Diseñar un sitio web completo con información detallada sobre eventos, historia y logística para visitantes.

Colaboración con Influencers Locales	Asociarse con influencers locales para compartir experiencias auténticas y perspectivas sobre la celebración.
Participación en Ferias Turísticas	Presencia en ferias turísticas regionales y nacionales para promover la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón, como atracción única.
Paquetes Turísticos Especiales	Colaboración con empresas locales para crear paquetes turísticos exclusivos con descuentos y beneficios adicionales.
Programa de Concientización Local	Desarrollar programas educativos en escuelas locales para concientizar sobre la importancia de la celebración.
Eventos de Lanzamiento y Despedida	Organizar eventos especiales para generar anticipación y cierre emocional, con invitados locales y medios de comunicación.
Encuestas y Feedback	Implementar encuestas durante y después de la campaña para evaluar la efectividad y recopilar comentarios.
Sostenibilidad y Responsabilidad Cultural	Compromiso con prácticas sostenibles y respetuosas con la cultura local, promoviendo el respeto a las tradiciones.

Fuente: El Autor

En este detalle, descubre la Esencia de Girón se fundamenta en estrategias y acciones comunicacionales cuidadosamente planificadas para sumergir a la audiencia en la rica tradición de la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón, desde la creación de contenido multimedia cautivador hasta la participación activa en redes sociales, cada paso se orienta hacia la interacción técnica y emocional con la audiencia, la colaboración con influencers locales, la presencia en ferias turísticas, la oferta de paquetes turísticos exclusivos y la concientización local reflejan un enfoque integral para destacar Girón como una atracción única. La campaña no solo busca informar, sino también crear una experiencia auténtica que resuene en la audiencia, incentivando la participación y el aprecio por la rica herencia cultural de Girón. Con un compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad cultural, esta campaña aspira a dejar una huella duradera y positiva en la comunidad y atraer a visitantes a descubrir la esencia única de este encantador rincón de Ecuador.

4. Propuesta comunicacional

Con base en la antes descrito se presenta una propuesta comunicacional de acuerdo a los objetivos descritos.

Objetivo 1: Incrementar en un 30% la presencia y participación en redes sociales durante el periodo de la campaña

Tabla 3 *Propuesta comunicacional objetivo 1*

Propuesta Comunicacional	"Conéctate con Girón"
Mensaje Clave	Descubre la esencia de Girón a través de nuestras redes. Únete a la comunidad virtual y sé parte de la celebración.
Estrategias	Crear contenido exclusivo para redes sociales que destaque momentos especiales de la Fiesta y Sacrificio Organizar desafíos y concursos interactivos que inviten a la participación del público Utilizar contenido visual atractivo con mensajes emocionales que inspiren a compartir.
Hashtag Oficial	#GironEnFiesta

Fuente: El Autor

Objetivo 2: Establecer tres alianzas estratégicas con empresas de viajes reconocidas a nivel nacional e internacional para promover la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón.

Tabla 4 *Propuesta comunicacional objetivo 2*

Propuesta Comunicacional	"Descubre Girón con Nuestros Aliados"
Mensaje Clave	Viaja con confianza y vive la autenticidad de Girón. Descubre nuestras alianzas para una experiencia única.

Estrategias	Crear material promocional conjunto con las empresas de viajes, destacando los atractivos turísticos de Girón.
	Ofrecer paquetes turísticos exclusivos y descuentos especiales a través de los canales de las empresas asociadas.
	Realizar eventos de lanzamiento en colaboración para aumentar la visibilidad.

Fuente: El Autor

Objetivo 3: Lograr cinco entrevistas en medios de comunicación locales y nacionales que destaquen la rica tradición cultural y espiritual de la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón:

Tabla 5 *Propuesta comunicacional objetivo 3*

Propuesta Comunicacional	"Girón en los Medios: Un Viaje Cultural"
Mensaje Clave	Descubre la riqueza de Girón a través de los ojos de nuestros embajadores. Únete a la conversación en los principales medios de comunicación.
Estrategias	Desarrollar un kit de prensa completo con datos clave, testimonios y material multimedia.
	Enviar invitaciones personalizadas a periodistas destacando la singularidad de la Fiesta y Sacrificio. Organizar eventos de lanzamiento y recorridos mediáticos para proporcionar contenido exclusivo a los medios

Fuente: El Autor

En conclusión, las actividades propuestas para los objetivos de la campaña "Descubre la Esencia de Girón" se entrelazan de manera sinérgica para contribuir de manera significativa a la promoción exitosa de la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón. Cada elemento de la estrategia ha sido cuidadosamente diseñado para maximizar la visibilidad, participación y compromiso, tanto a nivel local como internacional.

En este sentido, la creación de la comunidad virtual "Conéctate con Girón" busca establecer una conexión directa con el público, brindándoles una ventana virtual a la autenticidad de la

celebración. A través de contenido exclusivo y desafíos interactivos, la participación activa se convierte en un medio para explorar y compartir la rica tradición cultural de Girón.

La propuesta "Descubre Girón con Nuestros Aliados" representa una estrategia colaborativa para atraer a turistas potenciales. Al asociarse con empresas de viajes reconocidas, se amplía el alcance de la campaña, proporcionando paquetes turísticos exclusivos y descuentos que hacen que la experiencia en Girón sea aún más atractiva y accesible.

Con la estrategia "Girón en los Medios: Un Viaje Cultural", se busca generar una cobertura mediática significativa. Las entrevistas en medios locales y nacionales actúan como catalizadores, llevando la riqueza de la Fiesta y Sacrificio en Honor al Señor de Girón a un público más amplio, mientras los embajadores comparten sus perspectivas auténticas.

En conjunto, estas actividades no solo buscan informar sobre el evento, sino también inspirar una participación activa y comprometida. La creación de una comunidad en línea, alianzas estratégicas con empresas de viajes y una presencia destacada en los medios contribuirán de manera integral a posicionar a Girón como un destino turístico cultural de renombre, capturando la atención de audiencias diversas y fomentando experiencias auténticas e inolvidables. La combinación de estrategias refleja una campaña integrada y enfocada en resultados, cuyo impacto se espera que trascienda las expectativas, enriqueciendo no solo la celebración, sino también el interés y aprecio por la cultura de Girón.