



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

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

**TEMA: “Estrategia marca ciudad y su importancia dentro del turismo de la ciudad de Latacunga”**

**AUTOR: Jorge Anderson Tobar Araujo**

**TUTOR: Dr. Kléver Armando Moreno Gavilanes, PhD.**

**AMBATO – ECUADOR**

**Agosto 2020**



## APROBACIÓN DEL TUTOR

**Dr. Kléver Armando Moreno Gavilanes, PhD.**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Estrategia marca ciudad y su importancia dentro del turismo de la ciudad de Latacunga**” presentado por el señor **Jorge Anderson Tobar Araujo** para optar por el título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho artículo académico ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 04 de Agosto del 2020



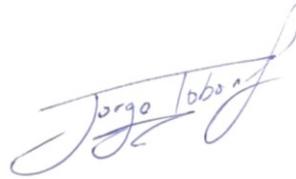
---

**Dr. Kléver Armando Moreno Gavilanes, PhD.**

**C.I. 1802463370**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, **Jorge Anderson Tobar Araujo**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.

A handwritten signature in blue ink, reading "Jorge Tobar Araujo". The signature is stylized and cursive.

**Jorge Anderson Tobar Araujo**

**C.I.0503239964**

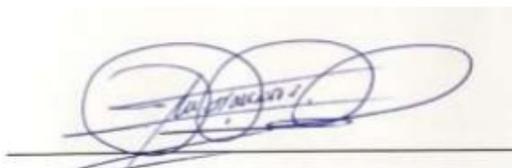
## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO**

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



**Ing. Geovanny Fabricio Ríos Lara Mg.**

**C.I. 1803081296**



**Dr. MBA. Walter Ramiro Jiménez Silva**

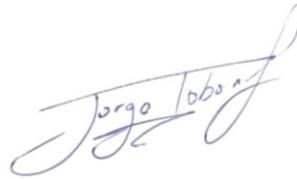
**C.I. 0501797351**

Ambato, 4 de Agosto del 2020

## **DERECHOS DE AUTOR**

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

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

A handwritten signature in blue ink, reading "Jorge Tobar Araujo". The signature is fluid and cursive, with the first name "Jorge" and last name "Tobar" being more prominent.

**Jorge Anderson Tobar Araujo**

**C.I.1803566064**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La presente investigación tiene como objetivo establecer factores para la evaluación de la efectividad de la marca ciudad de Latacunga y sus características turísticas. Se desea generar interés a los gobiernos competentes para obtener beneficios del turismo.

El turismo es una motivación importante para el desarrollo regional en toda una localidad. Este tipo de turismo se basa en evaluaciones del estilo de vida y una mayor conciencia ecológica para promover y realizar la caracterización de la ciudad de Latacunga y el cumplimiento de las exigencias requeridas por el modelo de Anholt.

Mediante la aplicación de pruebas estadísticas, se comprobó que el factor arquitectónico es predominante en la selección de un destino turístico. el factor reservas ecológicas favorecen al sector en la generación de ingresos por concepto de turismo local. No obstante, el factor climatológico contribuye en la estadía del turista al ser preferido por los mismos. Se determinó que, en el factor promocional, los turistas prefieren tenerla mediante la utilización de líderes de opinión como medio de comunicación de noticias.

Se evidenció que, la ciudad de Latacunga es referente turístico debido a sus características, las mismas que son evaluadas de manera positiva mediante el hexágono de Anholt.

**PALABRAS CLAVES:** ARTÍCULO ACADÉMICO, MARCA CIUDAD, TURISMO, HEXAGONO DE ANHOLT.

## ABSTRACT

This research aims to establish factors for evaluating the effectiveness of the Latacunga city brand and its tourist characteristics. It is desired to generate interest to the competent governments to obtain benefits from tourism.

Tourism is an important motivation for regional development in a whole locality. This type of tourism is based on lifestyle evaluations and a greater ecological awareness to promote and carry out the characterization of the city of Latacunga and the fulfillment of the requirements required by the Anholt model.

Through the application of statistical tests, it was verified that the architectural factor is predominant in the selection of a tourist destination. the ecological reserves factor favors the sector in generating income from local tourism. However, the climatological factor contributes to the tourist's stay as it is preferred by them. It was determined that, in the promotional factor, tourists prefer to have it by using opinion leaders as a means of news communication.

It was evident that the city of Latacunga is a tourist reference due to its characteristics, which are positively evaluated using the Anholt hexagon.

**KEY WORDS:** ACADEMIC ARTICLE, BRAND CITY, TOURISM, HEXAGON OF ANHOLT.

**LINK DEL ARTÍCULO PUBLICADO**

<http://reciuttm.iutm.edu.ve/index.php/reciuttm/article/view/171>