



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

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

TEMA: “Reputación online: una estrategia ética de marketing digital para el sector hotelero Tungurahua-Ecuador”

AUTORES:

Mario Sebastián Benalcázar Villegas

Esteban Israel Oñate Solís

TUTOR: Ing. Juan Enrique Ramos Guevara, Mg.

AMBATO – ECUADOR

Marzo 2021



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Juan Enrique Ramos Guevara, Mg.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Reputación online: una estrategia ética de marketing digital para el sector hotelero Tungurahua-Ecuador**” presentado por los señores **Mario Sebastián Benalcázar Villegas y Esteban Israel Oñate Solís**, para optar por el título de Ingenieros 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, 05 de marzo del 2021

Ing. Juan Enrique Ramos Guevara, Mg.

C.I. 1803084209

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros, **Mario Sebastián Benalcázar Villegas** y **Esteban Israel Oñate Solís**, declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingenieros en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Mario Sebastián Benalcázar Villegas

C.I.1804419214



Esteban Israel Oñate Solís

C.I.1804913455

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.

Dr. Juan Gabriel Saltos Cruz

C.I. 1802570984

Ing. César Maximiliano Calvache Vargas, Mg.

C.I. 1802862498

Ambato, 05 de marzo del 2021

DERECHOS DE AUTOR

Autorizamos 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.

Cedemos los derechos en línea patrimoniales de nuestro artículo académico con fines de difusión pública, además aprobamos 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 nuestros derechos de autor.



Mario Sebastián Benalcázar Villegas

C.I.1804419214



Esteban Israel Oñate Solís

C.I.1804913455

RESUMEN EJECUTIVO

En el sector turístico se denota un crecimiento constante por la búsqueda de servicios turísticos a través de medios digitales; siendo la reputación online un instrumento de para responder a las necesidades de los turistas. Así, el objetivo de este estudio es proponer la reputación online como una estrategia ética de marketing digital para el sector hotelero Tungurahua-Ecuador.

Se encontró como problema el desconocimiento en la implementación de estrategias de reputación online en las empresas del sector turístico, así como en acciones de ética en las mismas.

Esta investigación es de carácter descriptiva - exploratoria y utiliza métodos teóricos con los cuales permiten sustentar su desarrollo. La técnica de recolección de información es una encuesta estructurada a las empresas que brindan actividades de alojamiento para estancias cortas en la provincia de Tungurahua. Además, se realizó un análisis de fiabilidad del cuestionario y una correlación de las variables de estudio.

Dentro de los resultados consta la estructura de la estrategia con cuatro fases las cuales aportan directamente en la mejora de la presencia digital, visibilidad de los hoteles y opiniones positivas sobre los servicios turísticos ofertados de este modo se propone un modelo aplicable para el sector.

PALABRAS CLAVE: ARTÍCULO ACADÉMICO, REPUTACIÓN EN LÍNEA, MARKETING DIGITAL, ÉTICA, INDUSTRIA HOTELERA.

ABSTRACT

In the tourism sector there is a constant growth due to the search for tourist services through digital media; being online reputation an instrument to respond to the needs of tourists. Thus, the objective of this study is to propose online reputation as an ethical digital marketing strategy for the Tungurahua-Ecuador hotel sector.

Ignorance in the implementation of online reputation strategies in tourism sector companies, as well as in ethical actions in them, was found as a problem.

This research is descriptive - exploratory in nature and uses theoretical methods with which to support its development. The information collection technique is a structured survey of companies that provide accommodation activities for short stays in the province of Tungurahua. In addition, a reliability analysis of the questionnaire and a correlation of the study variables were performed.

The results include the structure of the strategy with four phases which directly contribute to the improvement of the digital presence, visibility of the hotels and positive opinions about the tourist services offered this will provide a model applicable to the sector.

KEY WORDS: ACADEMIC ARTICLE, ONLINE REPUTATION, DIGITAL MARKETING, ETHICS, HOTEL INDUSTRY.

LINK DEL ARTICULO ACADÉMICO

https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/385