UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de artículo académico previo a la obtención del Título de Licenciadas en Mercadotecnia

TEMA: "Estrategias de marketing sostenible para glampings en Tungurahua: Un análisis del impacto en la satisfacción del cliente"

AUTORAS:

Karen Leslie Cárdenas Freire

Xiomayra Daniela Coello Mera

TUTORA: Ing. Mayra Fernanda Sánchez Acosta, Mg.

AMBATO – ECUADOR

Julio 2024

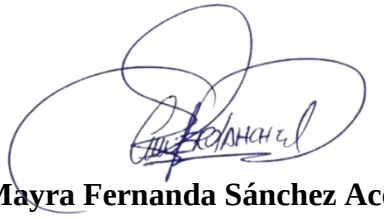
APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Mayra Fernanda Sánchez Acosta, Mg.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación "**Estrategias de marketing sostenible para glampings en Tungurahua: Un análisis del impacto en la satisfacción del cliente**" presentado por las señoritas **Karen Leslie Cárdenas Freire y Xiomayra Daniela Coello Mera** para optar por el título de Licenciadas en Mercadotecnia, **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, 31 de julio del 2024



Ing. Mayra Fernanda Sánchez Acosta, Mg.

C.I. 1803251204

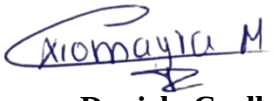
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotras, **Karen Leslie Cárdenas Freire y Xiomayra Daniela Coello Mera,** declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciadas en Mercadotecnia, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Karen Leslie Cárdenas Freire

C.I.1805014154



Xiomayra Daniela Coello Mera

C.I.0932157589

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. Marcelo Javier Mancheno Saá, Mg.

C.I.1803549219



Ing. Washington Marcelo Gallardo Medina, PhD.

C.I. 1803415015

Ambato, 31 de julio del 2024

DERECHOS DE AUTOR

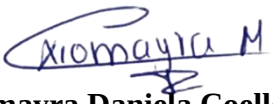
Autorizamos a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

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 autoras.



Karen Leslie Cárdenas Freire

C.I.1805014154



Xiomayra Daniela Coello Mera

C.I. 0932157589

DEDICATORIA

Este capítulo tan especial de mi vida, quiero dedicar con todo mi amor principalmente a Dios y a mis adorados padres, quienes han sido mi mayor fuente de inspiración.
A mi Dios, manantial de toda sabiduría y conocimiento, por haberme acompañado en cada paso y por concederme salud, entendimiento y paciencia necesarios para alcanzar este logro. Que todo lo logrado sea para Su Gloria.

A mi madre, Elba Freire: por ser mi guía y modelo de vida a seguir, y por haber puesto toda su fe y confianza en mí. Mamita, su amor es lo más sincero que tengo y es el que siempre me ha dado la fuerza para continuar.

A mi padre, Rober Cárdenas: por haber sembrado en mí el valor del esfuerzo y la perseverancia que lo caracterizan. Agradezco su apoyo constante y sus sabias palabras, las cuales han sido fundamentales en mi formación y han contribuido a quien soy hoy.
A mi hermano, Danny: por enseñarme a nunca rendirme sin importar cuán grandes sean los obstáculos. De ti aprendí que cada caída nos fortalece y nos vuelve más invencibles.

A mi sobrina, Anita Paula, quien ha sido la alegría de mi vida y mi refugio en los momentos difíciles. Tu espíritu noble, tu sonrisa y tu amor tan puro son mi impulso para luchar por un futuro mejor.

Finalmente, a todos aquellos que, de una manera u otra, han contribuido a que este mi sueño se haga realidad.

¡Gracias por su valioso apoyo!
- Con mucho cariño.

Karen Leslie Cárdenas Freire

Dedico este logro a todos mis seres queridos, especialmente a mi mamá Mayra Mera y a mi papá Danilo Coello, quienes ahora no se encuentran físicamente a mi lado, pero siempre han estado guiándome, dándome fuerza y valentía para lograr todas mis metas y sueños, estoy agradecida con la vida por todo lo que hicieron por mí y por formar a la gran mujer que soy, porque gracias a sus enseñanzas, sacrificios y amor incondicional ahora son la base de mis logros.

A mi hermana, por ser mi apoyo incondicional, mi confidente, mi inspiración, mi soporte, mi ayuda y mi mejor amiga. Gracias, por tanto, tu fuerza y dedicación me han impulsado a seguir adelante, y siempre estaré agradecida por tu amor y compañerismo.

A mi sobrino Emi, por recordarme la importancia de soñar y luchar por un futuro mejor. Tu energía y alegría son un faro de esperanza que me motiva a ser un mejor ejemplo cada día.

Y agradezco a Dios que nunca me ha dejado sola en media batalla, me ha fortalecido cuando estaba a punto de rendirme. Gracias por estar siempre.

Gracias a todos por ser mi motor y mi razón de ser. Con mucho amor y gratitud, dedico la culminación de mi carrera universitaria a todos los que me han brindado su apoyo incondicional.

Xiomayra Daniela Coello Mera

AGRADECIMIENTO

Al concluir una de las etapas más maravillosas de nuestras vidas, queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a todos quienes fueron parte de este largo trayecto. A quienes caminaron junto a nosotras, siendo nuestro apoyo y fortaleza día tras día: familia, amigos, docentes y compañeros, este logro es gracias a ustedes.

Agradecemos a Dios Todopoderoso, sobre todas las cosas, por la vida y la salud brindada, por ser la luz en nuestros caminos y por colmar nuestros pensamientos de sabiduría.

Expresamos nuestra gratitud a la Universidad Técnica de Ambato, en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas, carrera de Mercadotecnia, y a todos los docentes por su valiosa ayuda en nuestra formación profesional. De manera especial a nuestra querida Tutora, la Ing. Mayra Sánchez por toda su guía y predisposición para con nosotros.

Finalmente, agradecemos al equipo de investigadores del proyecto de investigación DIDE-UTA "MODELO DE TRANSICIÓN DIGITAL PARA PYMES Y MICRO PYMES COMO FACTOR RESULTANTE DE LA PANDEMIA (COVID 19) EN LA ZONA 3 DEL ECUADOR", con Resolución UTA-CONIN-2020-0303-R, por permitirnos contribuir con este estudio a la problemática empresarial.

Leslie y Xiomayra

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se llevó a cabo con el fin de identificar las estrategias de marketing sostenible más viables para glampings o glámpines en Tungurahua, mediante un análisis del impacto en la satisfacción del cliente.

Se analizaron dos variables: estrategias de marketing sostenible, que incluyen tres dimensiones claves para generar un impacto positivo: social, ambiental y económico; y la satisfacción del cliente, que es esencial para establecer una relación positiva y comprometida con una marca, además de mantener intenciones de recompra. Ambas variables son indispensables para proyectar, informar, compartir y difundir información hacia el público objetivo.

La metodología se basó en un enfoque cuantitativo descriptivo para establecer características de cada una de las variables. Los resultados indicaron que las redes sociales juegan un papel significativo en la promoción de glámplines turísticos sostenibles, permitiendo así difundir sus valores y prácticas sostenibles y convertir a su público objetivo en clientes leales. Además, los huéspedes aventureros consideraron que las estrategias de marketing sostenible juegan un papel fundamental para su satisfacción, debido a que fomentan una conexión emocional entre el cliente y la marca, y promueven la interacción con la comunidad local y actividades culturales de la región.

Por último, al considerar aquellas estrategias de marketing sostenible, se recomienda mejorar la interacción con la comunidad local y las actividades culturales para fortalecer la economía y aumentar aún más la satisfacción del cliente. También se sugiere realizar estudios comparativos para identificar áreas de mejora continua, asegurando así la sostenibilidad y el crecimiento positivo del sector turístico.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, GLAMPING, MARKETING SOSTENIBLE, SATISFACCIÓN DEL CLIENTE, TURISMO

ABSTRACT

This research was carried out in order to identify the most viable sustainable marketing strategies for glampings or glampings in Tungurahua, through an analysis of the impact on customer satisfaction.

Two variables were analyzed: sustainable marketing strategies, which include three key dimensions to generate a positive impact: social, environmental and economic; and customer satisfaction, which is essential to establish a positive and committed relationship with a brand, in addition to maintaining repurchase intentions. Both variables are indispensable for projecting, informing, sharing and disseminating information to target audiences.

The methodology was based on a descriptive quantitative approach to establish characteristics of each of the variables. The results indicated that social networks play a significant role in the promotion of sustainable tourism campsites, thus allowing them to disseminate their values and sustainable practices and convert their target audience into loyal customers. In addition, adventurous guests considered that sustainable marketing strategies play a fundamental role in their satisfaction, because they foster an emotional connection between the customer and the brand and promote interaction with the local community and cultural activities of the region.

Finally, when considering those sustainable marketing strategies, it is recommended to improve interaction with the local community and cultural activities to strengthen the economy and further increase customer satisfaction. It is also suggested that comparative studies be conducted to identify areas for continuous improvement, thus ensuring the sustainability and positive growth of the tourism sector.

KEYWORDS: ACADEMIC ARTICLE, GLAMPING, SUSTAINABLE MARKETING, CUSTOMER SATISFACTION, TOURISM

LINK DEL ARTÍCULO ACADÉMICO PUBLICADO

https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/7350