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: "Marca urbanista y su impacto en la percepción del turismo del cantón Ambato"

AUTORAS:

Joselyn Patricia Ballesteros Quituisaca

Yadira Monserratte Ortiz Oñate

TUTOR: Ing. Kléver Armando Moreno Gavilanes, PhD.

AMBATO – ECUADOR

Febrero 2025

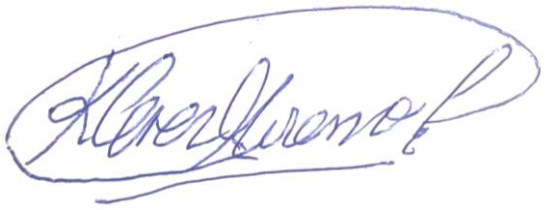
APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Kléver Armando Moreno Gavilanes, PhD.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación **"Marca urbanista y su impacto en la percepción del turismo del cantón Ambato"** presentado por las señoritas **Joselyn Patricia Ballesteros Quituisaca, Yadira Monserratte Ortiz Oñate** 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, 4 de febrero del 2025



Ing. Klever Armando Moreno Gavilanes, PhD.

C.I. 1802463370

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotras **Ballesteros Quituisaca Joselyn Patricia y Ortiz Oñate Yadira Monserratte,** 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.



Joselyn Patricia Ballesteros Quituisaca

C.I.1804969309

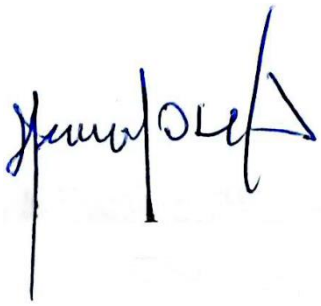


Yadira Monserratte Ortiz Oñate

C.I. 1804403929

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores José Bernardo Herrera Herrera con C.I. 1102481148 y DRA Silvia Lorena Llamuca Pérez con C.I: 1802489821, 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. José Bernardo Herrera Herrera, MBA.

C.I. 1102481148



Dra. Silvia Lorena Llamuca Pérez, Mg.

C.I. 1802489821

Ambato, 4 de febrero del 2025

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 autores.



Joselyn Patricia Ballesteros Quituisaca

C.I.1804969309



Yadira Monserratte Ortiz Oñate

C.I. 1804403929

DEDICATORIA

Yo, Patricia Ballesteros dedico este articulo a mi familia, por ser un refugio de fortaleza y motivación en los momentos difíciles y por compartir conmigo cada pequeña victoria que he tenido en mi vida, a mis queridos padres, cuyo amor, esfuerzo, y sabios consejos me han guiado en cada etapa de mi vida; su ejemplo y apoyo incondicional han sido fundamentales para llegar hasta aquí. A mi hermana, por ser mi cómplice, amiga y una fuente constante de inspiración con su apoyo inquebrantable.

Como no agradecer también a la vida por tener una hermosa hija, quien con su sonrisa y amor infinito le da sentido a cada sacrificio, recordándome siempre que todo vale la pena y que todos los sueños se hacen realidad.

Y a mis amigos, por estar ahí con palabras de aliento, confianza y alegría, haciéndome sentir que no estaba sola en esta travesía. A todos ustedes, les dedico este logro con gratitud, cariño y la certeza de que son parte esencial de este camino.

DEDICATORIA

Yo, Monserratte Ortiz, agradezco primeramente a Dios, quien ha sido mi guía y mi pilar en cada paso de este recorrido académico, permitiéndome llegar a la meta.

A mi familia, por su apoyo incondicional y por la confianza que siempre han depositado en mí. Su amor, motivación y creencia en mi capacidad han sido esenciales para superar los retos a lo largo de mi formación. A mi padre, por su dedicación y compromiso, los cuales han sido fundamentales para mi desarrollo, y a mi hermano, por su compañía y respaldo constante en este trayecto.

Quiero hacer una mención especial a mi mamá, quien desde el cielo sigue guiándome y motivándome a continuar. Este logro no solo es mío, sino también suyo, y su recuerdo vivirá conmigo en cada paso hacia el futuro. Gracias a todos por su apoyo.

Finalmente, quiero expresar mi más profundo agradecimiento a Israel, cuyo apoyo constante en esta última etapa de mi carrera ha sido esencial. Sin su ayuda, paciencia y aliento, no habría sido posible culminar con éxito esta hermosa experiencia universitaria. Su motivación y presencia en mi vida han sido claves en este camino, y siempre le estaré eternamente agradecida.

AGRADECIMIENTO

Agradezco al equipo de investigadores del proyecto de investigación DIDE-UTA "MARCAS URBANISTAS: UN ANÁLISIS DE GESTIÓN LEGAL Y PERSPECTIVAS DE TURISMO URBANO PARA EL RÉGIMEN ADMINISTRATIVO DE LOS GADS EN EL ECUADOR", con Resolución UTA-CONIN-2022-0050-R/PFCA25, por permitir contribuir con este estudio a la problemática empresarial de la ciudad de Ambato.

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación tiene como objetivo analizar la percepción de la marca urbanística de Ambato, creada en 2023 bajo la administración de la alcaldesa Diana Caiza. Esta marca busca resaltar las cualidades únicas de la ciudad, como su patrimonio cultural, infraestructura, oportunidades de negocio y calidad de vida.

A través del estudio de los principales factores percibidos, se pretende identificar áreas de mejora para fortalecer su imagen y, mediante estrategias de marketing, atraer turismo, inversión y talento. La metodología utilizada fue de enfoque cuantitativo, complementada con investigaciones exploratorias, descriptivas, correlacionales y bibliográficas.

Para la recopilación de datos, se aplicó una encuesta a una muestra de 384 personas económicamente activas, con edades comprendidas entre los 24 y 35 años. Cabe resaltar, que para medir la confiabilidad del instrumento, se usó el Alfa de Cronbach y para determinar la correlación en las respuestas obtenidas la prueba de Kaiser- Meyer-Olkin (KMO) y el test de esfericidad de Bartlett. Los datos obtenidos revelaron que el 59% de los encuestados tiene conocimiento sobre la marca urbanística de Ambato. Sin embargo, solo una minoría percibe que esta refleja adecuadamente el estilo de vida local.

Asimismo, se identificó que la marca tiene un impacto moderado en el desarrollo del turismo y en la construcción de la identidad turística de la ciudad. Aunque algunos encuestados consideran la marca como un elemento importante, un porcentaje significativo mantiene una postura neutral al respecto.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, MARCA URBANISTA, TURISMO, IDENTIDAD, PERCEPCIÓN, ESTRATEGIAS.

ABSTRACT

The research aims to analyze the perception of Ambato's urban brand, created in 2023 under the administration of Mayor Diana Caiza. This brand seeks to highlight the city's unique qualities, such as its cultural heritage, infrastructure, business opportunities, and quality of life.

By studying the main perceived factors, the goal is to identify areas for improvement to strengthen its image and, through marketing strategies, attract tourism, investment, and talent. The methodology used was a quantitative approach, complemented by exploratory, descriptive, correlational and bibliographic.

Data collection involved a survey applied to a sample of 384 economically active individuals aged between 24 and 35. It is worth noting that Cronbach's Alpha was used to measure the reliability of the instrument, while the Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) test and Bartlett's test of sphericity were applied to assess the correlation of the obtained responses. The results revealed that 59% of respondents are aware of Ambato's urban brand. However, only a minority perceive that it adequately reflects the local lifestyle.

Additionally, it was found that the brand has a moderate impact on tourism development and the construction of the city's tourism identity. While some respondents consider the brand an important element, a significant percentage maintains a neutral stance on the matter.

KEYWORDS: ACADEMIC ARTICLE, URBAN BRAND, TOURISM, IDENTITY, PERCEPTION, STRATEGIES.

ENLACE DE PUBLICACIÓN DEL ARTÍCULO ACADÉMICO

DOI: https://doi.org/10.56048/MQR20225.8.4.2024.6364-6392

https://www.investigarmqr.com/ojs/index.php/mqr/article/view/2088/6134