

# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

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

**TEMA: “Estrategias de marketing digital e indicadores económicos necesarios para la reactivación del sector turístico de la provincia de Tungurahua”**

**AUTORES:**

**Bryan Alexander Jerez Cahuasqui**

**Jefferson Jesús Palate Moposita**

**TUTOR: Ing. Leonardo Gabriel Ballesteros López, MBA.**

**AMBATO – ECUADOR**

**Marzo 2023**



## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

**Ing. Leonardo Gabriel Ballesteros López, MBA.**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Estrategias de marketing digital e indicadores económicos necesarios para la reactivación del sector turístico de la Provincia de Tungurahua**” presentado por los señores **Bryan Alexander Jerez Cahuasqui** y **Jefferson Jesús Palate Moposita** para optar por el título de Licenciados 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, 9 de marzo del 2023

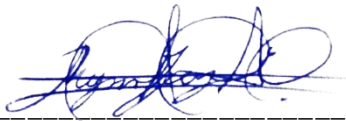


**Ing. Leonardo Gabriel Ballesteros López, MBA.**

**C.I.1802453629**

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros, **Bryan Alexander Jerez Cahuasqui** y **Jefferson Jesús Palate Moposita** declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciados en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



---

**Bryan Alexander Jerez Cahuasqui**

**C.I. 1804948089**



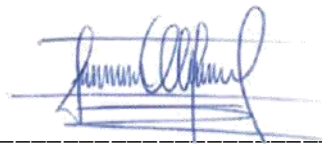
---

**Jefferson Jesús Palate Moposita**

**C.I. 1805306881**

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

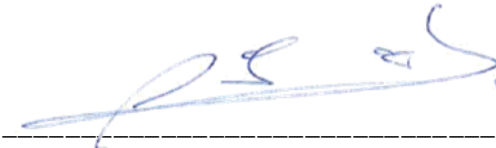
Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



---

**Dr. Jorge Francisco Abril Flores, Mg.**

**C.I.1803035086**



---

**Lic. Mario Fernando Sigüenza Espín, Mg.**

**C.I. 1801670975**

Ambato, 9 de marzo del 2023

## **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.



---

**Bryan Alexander Jerez Cahuasqui**

**C.I. 1804948089**



---

**Jefferson Jesús Palate Moposita**

**C.I. 1805306881**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente artículo tiene como finalidad el análisis de los factores que influyen en las estrategias de marketing digital e indicadores económicos necesarios para la reactivación del sector turístico en la provincia de Tungurahua, debido a que, la mayoría de personas han preferido quedarse en casa por el miedo de contagiarse o contagiar a sus seres queridos.

Por tal razón, fue importante analizar en específico lo que sucedió en la provincia de Tungurahua, dado que, fue uno de los sectores más afectados por la pandemia, en lo turístico, el Cantón Baños de Agua Santa fue la excepción, pues es uno de los atractivos turísticos más reconocidos a nivel nacional e internacional y aportan en gran medida a la economía de la Provincia.

En primera instancia se procedió a determinar el perfil sociodemográfico de los encuestados y se aplicó el análisis factorial exploratorio que permite analizar la correlación de las variables, es así que, se considera la matriz KMO y de Bartlett, la de componentes de varianzas totales, la sedimentación y la matriz de componentes rotados, lo antes mencionado tiene como propósito obtener un mejor resultado.

Con los resultados obtenidos se dio a conocer que el marketing digital se ha convertido en una herramienta fundamental para las empresas en el sector turístico, tomando en consideración, que los clientes prefieren para su comodidad visualizar por internet el lugar que van a visitar y es ahí donde este sector aprovecha para darse a conocer, con el único propósito de llamar la atención de los posibles clientes.

**PALABRAS CLAVES:** ARTÍCULO ACADÉMICO, TURISMO, MARKETING DIGITAL, ECONOMÍA, REDES SOCIALES.

## **ABSTRACT**

The purpose of this article is to analyze the factors that influence digital marketing strategies and economic indicators necessary for the reactivation of the tourism sector in the province of Tungurahua, because most people have preferred to stay at home for fear of catching the disease or infecting their loved ones.

For this reason, it was important to analyze specifically what happened in the province of Tungurahua, since it was one of the sectors most affected by the pandemic, in tourism, the Canton Baños de Agua Santa was the exception, as it is one of the most recognized tourist attractions nationally and internationally and contribute greatly to the economy of the Province.

In the first instance, the sociodemographic profile of the respondents was determined and the exploratory factor analysis was applied to analyze the correlation of the variables, thus, the KMO and Bartlett's matrix, the total variance components, the sedimentation and the rotated components matrix are considered, the purpose of which is to obtain a better result.

With the results obtained, it was revealed that digital marketing has become a fundamental tool for companies in the tourism sector, taking into consideration that customers prefer to visualize the place they are going to visit on the Internet for their convenience, and that is where this sector takes advantage of the opportunity to make itself known, with the sole purpose of attracting the attention of potential customers.

**KEYWORDS:** ACADEMIC ARTICLE, TOURISM, DIGITAL MARKETING, ECONOMY, SOCIAL NETWORKS.

## ENLACE DEL ARTÍCULO ACADÉMICO

<https://revistapacha.religacion.com/index.php/about/article/view/164>