



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: “Modelo de gestión basado en el Marketing 4.0:
caso de estudio emprendimientos turísticos de Ambato”**

AUTORES:

María Emilia Garcés Mantilla

José David Almeida Córdova

TUTOR: Ing. César Andrés Guerrero Velastegui, Mg.

AMBATO – ECUADOR

Agosto 2023



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. César Andrés Guerrero Velastegui, Mg.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “Modelo De Gestión Basado En El Marketing 4.0: Caso De Estudio Emprendimientos Turísticos De Ambato” presentado por los señores María Emilia Garcés Mantilla y José David Almeida Córdoova 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, 28 de agosto del 2023



Ing. César Andrés Guerrero Velastegui, Mg.

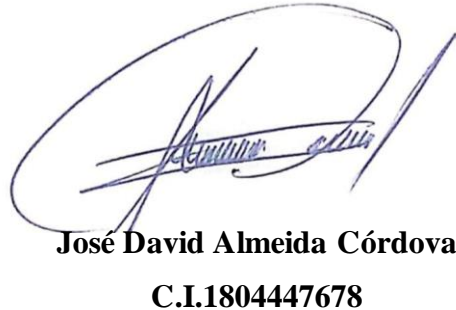
C.I. 1803101243

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **María Emilia Garcés Mantilla**, y **José David Almeida Córdova** declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniería en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



María Emilia Garcés Mantilla
C.I.1804739066



José David Almeida Córdova
C.I.1804447678

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadoros, 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. Jorge Francisco Abril Flores

C.I. 1803035086



Ing. Mario Fernando Siguenza Espín

C.I.1801670975

Ambato, 28 de agosto del 2023

DERECHOS DE AUTOR

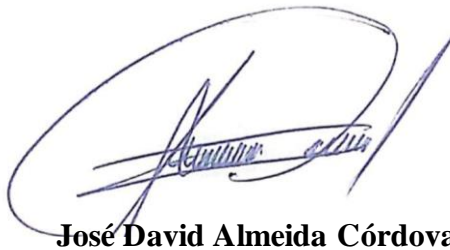
Autorizamos a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

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 autor.



María Emilia Garcés Mantilla

C.I. 1804739066



José David Almeida Córdova

C.I. 1804447678

AGRADECIMIENTO

Se agradece a la Universidad Técnica de Ambato, a la Dirección de Investigación y Desarrollo (DIDE), por el apoyo al proyecto de investigación “La gestión del marketing digital, para el fortalecimiento de los emprendimientos turísticos de la provincia de Tungurahua”, aprobado mediante Resolución Nro. UTA-CONIN-2022-0075-R, siendo parte del grupo de investigación Marketing, consumo y sociedad perteneciente a la Facultad de Ciencias Administrativas.

RESUMEN EJECUTIVO

El marketing digital enfocado en el turismo ha dado un giro de 360 grados, debido a que los turistas de hoy buscan ubicaciones, lugares, tiendas, hospedajes y entre otras por sus propios medios, la importancia de la misma en un mundo totalmente automatizado y digitalizado obliga a que las empresas sean estas grandes o pequeñas actualicen su metodología para atraer mayor clientes y generar ventas.

En la actualidad se puede evidenciar la falta de estrategias de marketing 4.0 aplicado en el sector turístico del cantón Ambato, debido a aquello las empresas llegan a perder hasta un 38% de sus clientes al no contar con buenas estrategias de marketing. El objetivo del estudio fue proponer una alternativa de modelo de gestión basado en el marketing 4.0 para fomentar la fidelización de los clientes.

Mediante un enfoque cuantitativo se partió del análisis de preceptos teóricos para entender la temática de estudio, se recopiló información mediante un cuestionario estructurado; así mismo, el instrumento se validó mediante el coeficiente V-Aiken mediante 4 jueces expertos en la temática, con un resultado de 0.94, para calcular la fiabilidad del instrumento se calculó el coeficiente Alfa de Cronbach con un resultado de 0.992; procedimiento estadístico que valida a un adecuado nivel la aplicación de las encuestas a una muestra de 54 emprendimientos turísticos.

Finalmente, se identificó el 46% de los emprendimientos turísticos están interesados en aplicar técnicas de marketing 4.0 en sus negocios, pues se concluye que las nuevas tecnologías 4.0 son herramientas que pueden innovar los procesos promocionales de los negocios.

PALABRAS CLAVE: ARTÍCULO ACADÉMICO, MARKETING 4.0, TURISMO, ESTRATEGIAS, MEDIOS DIGITALES.

ABSTRACT

Digital marketing focused on tourism has taken a 360-degree turn, because tourists today are looking for locations, places, stores, lodging and others by their own means, the importance of it in a fully automated and digitized world forces companies, whether large or small, to update their methodology to attract more customers and generate sales.

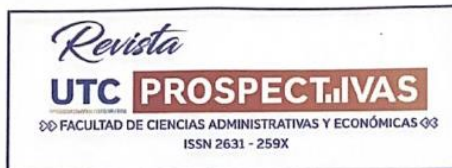
Currently there is a lack of marketing 4.0 strategies applied in the tourism sector in the canton of Ambato, due to the fact that companies lose up to 38% of their customers because they do not have good marketing strategies. The objective of the study was to propose an alternative management model based on marketing 4.0 to promote customer loyalty.

Using a quantitative approach, the analysis of theoretical precepts was used to understand the subject of the study, information was collected through a structured questionnaire; likewise, the instrument was validated through the V-Aiken coefficient by 4 expert judges in the subject, with a result of 0.94, to calculate the reliability of the instrument, Cronbach's Alpha coefficient was calculated with a result of 0.992; statistical procedure that validates at an adequate level the application of the surveys to a sample of 54 tourism enterprises.

Finally, 46% of the tourism enterprises were identified as being interested in applying 4.0 marketing techniques in their businesses, since it was concluded that the new 4.0 technologies are tools that can innovate the promotional processes of the businesses.

KEYWORDS: ACADEMIC ARTICLE, MARKETING 4.0., TOURISM, STRATEGIES, DIGITAL MEDIA.

CARTA DE ACEPTACIÓN DEL ARTÍCULO ACADÉMICO



Fecha: 13-07-2023
Paper Id: Art.011_Vol.6_No.2

Estimados (as)

María Emilia Garcés Mantilla *
José David Almeida Córdova **
César Andrés Guerrero Velástegui ***

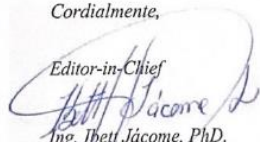
Título: MODELO DE GESTIÓN BASADO EN EL MARKETING 4.0: CASO DE ESTUDIO EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DE AMBATO

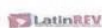
CARTA DE ACEPTACIÓN DEL TRABAJO ACADÉMICO

Después del proceso de revisión de pares, su artículo "MODELO DE GESTIÓN BASADO EN EL MARKETING 4.0: CASO DE ESTUDIO EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DE AMBATO", ha sido aceptado para publicación en la revista de investigación *Prospectivas UTC* ISSN 2631-259X, page web <http://investigacion.utc.edu.ec/revistasutc/index.php/prospectivasutc> en el Volumen 06, Número 2, de Julio - Diciembre (2023).


Prospectivas UTC es una publicación bianual, editada por la Universidad Técnica de Cotopaxi, que recibe artículos a través de las convocatorias establecidas por el Comité Editorial. Las propuestas de publicación deben ser originales y relacionarse con el área de las Ciencias Administrativas y Económicas en las que debe predominar el carácter científico. Los artículos que se ajusten y cumplan con la normativa de la revista serán considerados como recibidos. La revista *UTC Prospectivas* cuenta con árbitros nacionales e internacionales que realizarán la evaluación de las propuestas bajo la modalidad del doble ciego.

Cordialmente,

Editor-in-Chief

Ing. Ibeth Jácome, PhD.
UTC Prospectivas
prospectivas@utc.edu.ec
Universidad Técnica de Cotopaxi
Latacunga - Ecuador



Latacunga - Ecuador


María Emilia Garcés Mantilla*
Estudiante 1


José David Almeida Córdova**
Estudiante 2


César Andrés Guerrero Velástegui***
Docente

Av. Simón Rodríguez s/n Barrio El Ejido / San Felipe. Tel: (03) 2252346 - 2252307 - 2252205



Los autores coinciden con la
Resolución
FCA-CD-P-111-2023