



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 Marketing y Gestión de Negocios

TEMA: “Merchandising visual y marketing digital: estrategias determinantes del mejoramiento de la rentabilidad turística del cantón Baños”

AUTORAS:

Michelle Anahi Chimborazo Mazabanda

María José Gordon Gamboa

TUTOR: Ing. Leonardo Gabriel Ballesteros López, MBA.

AMBATO – ECUADOR

Septiembre 2022



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Leonardo Gabriel Ballesteros López, MBA.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Merchandising visual y marketing digital: estrategias determinantes del mejoramiento de la rentabilidad turística del Cantón Baños**” presentado por las señoritas **Michelle Anahi Chimborazo Mazabanda** y **María José Gordon Gamboa** para optar por el título de Licenciadas 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, 13 de septiembre del 2022



Ing. Leonardo Gabriel Ballesteros López, MBA.

C.I.1802453629

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotras, **Michelle Anahi Chimborazo Mazabanda** y **María José Gordon Gamboa** declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciadas en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Michelle Anahi Chimborazo Mazabanda

C.I.1804822151



María José Gordon Gamboa

C.I.1803916681

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. Arturo Fernando Montenegro Ramírez, Mg.

C.I. 1803845385



Ing. César Andrés Guerrero Velastegui, Mg.

C.I. 1803101243

Ambato, 13 de septiembre del 2022

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.



Michelle Anahi Chimborazo Mazabanda

C.I.1804822151



María José Gordon Gamboa

C.I.1803916681

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad se visualiza una carencia de estrategias de merchandising visual y marketing digital enfocado en las empresas del sector turístico del cantón Baños. Por lo que surgió la necesidad de realizar una investigación cuantitativa con la finalidad de conocer claramente los negocios y empresas que implementan el uso de dichas estrategias se involucra en la rentabilidad de los negocios y de forma bibliográfica para el estudio de las variables.

Como herramienta de recolección de datos se utilizó una encuesta validada por expertos en la materia, en la que se tomó como referencia información del catastro turístico del cantón Baños, obteniendo una muestra de 207 negocios para el estudio.

El análisis de los resultados muestra que el 71 por ciento de los encuestados aplican las herramientas de marketing digital y merchandising visual logrando una fidelización de los clientes hacia la marca y, por ende, el nivel de ventas ha incrementado mejorando su rentabilidad. Mientras que el 29 por ciento aún se encuentra bajo el manejo de herramientas antiguas las cuales no favorece a la venta y consumo de servicios y productos.

Se concluye que tanto el merchandising visual y el marketing digital son estrategias clave, que al implementarse de manera adecuada permitirán el crecimiento y desarrollo de las empresas, logrando la mejora de la rentabilidad.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, MERCHANDISING VISUAL, MARKETING DIGITAL, RENTABILIDAD, ESTRATEGIAS, TURISMO.

ABSTRACT

At present, there is a lack of visual merchandising and digital marketing strategies focused on companies in the tourism sector of the Canton of Baños. Therefore, the need arose to carry out quantitative research to clearly know the businesses and companies that implement the use of these strategies is involved in the profitability of the businesses and in a bibliographic way for the study of the variables.

As a data collection tool, a survey validated by experts in the field was used, in which information from the tourist cadastre of the Baños canton was taken as a reference, obtaining a sample of 207 businesses for the study.

The analysis of the results shows that 71 percent of respondents apply digital marketing and visual merchandising tools achieving customer loyalty to the brand and, therefore, the level of sales has increased improving their profitability. While 29 percent are still under the management of old tools which does not favor the sale and consumption of services and products.

It is concluded that both visual merchandising and digital marketing are key strategies, which when implemented properly will allow the growth and development of companies, achieving the improvement of profitability.

KEYWORDS: ACADEMIC ARTICLE, VISUAL MERCHANDISING, DIGITAL MARKETING, PROFITABILITY, STRATEGY, TOURISM

LINK DEL ARTÍCULO

https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/1204