



# **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: “El marketing digital de los negocios y emprendimientos turísticos en Ecuador una revisión del estado del arte”**

**AUTORES:**

**Luis Andrés Jati Morales**

**Jairo Damián Salazar Freire**

**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 “**El marketing digital de los negocios y emprendimientos turísticos en Ecuador una revisión del estado del arte**” presentado por los señores **Jairo Damián Salazar Freire** y **Luis Andrés Jati Morales** 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, 13 de septiembre del 2022

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Leonardo Ballesteros', is written over a horizontal line. The signature is stylized and cursive.

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

**C.I.1802453629**

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros, **Jairo Damián Salazar Freire** y **Luis Andrés Jati Morales**, 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.



---

**Jairo Damián Salazar Freire**

**C.I. 1804446845**



---

**Luis Andrés Jati Morales**

**C.I. 1804383584**

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

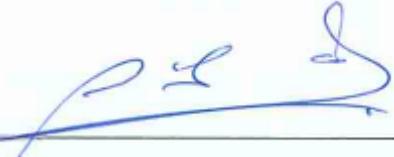
Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



---

**Ing. César Andrés Guerrero Velastegui, Mg.**

**C.I. 1803101243**



---

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

**C.I. 1801670975**

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 autores.



---

**Jairo Damián Salazar Freire**

**C.I. 1804446845**



---

**Luis Andrés Jati Morales**

**C.I. 1804383584**

## RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación refleja la convicción del estado del arte acerca del marketing digital de los negocios y emprendimientos turísticos en Ecuador, la finalidad del estudio es comprender su importancia e influencia en los negocios, a través de una revisión bibliográfica científica mediante plataformas digitales como Scopus, Latindex, Scielo y Web of Science contemplando las variables de estudio. El propósito de la investigación es indagar sobre el marketing digital y el turismo, como un enfoque en las oportunidades para las pequeñas y medianas empresas, motivado por la evolución del turismo, comunicación, desarrollo de contenidos y en particular la satisfacción de las necesidades de los turistas.

Dentro del aspecto metodológico de la investigación, se aplicó una investigación descriptiva con un enfoque cualitativo, con el fin de identificar el tema de investigación, la selección de documentos de estudio, extracción de información, interpretación de datos y clasificación de estudios.

Como resultados de la revisión se obtuvo 13 artículos relacionados con el marketing digital de los negocios y emprendimientos turísticos, para su análisis, interpretación y contestación de preguntas, con la finalidad de extraer datos e interpretar cual es la relación que tienen entre cada una de estas variables de estudio.

La propuesta se basa en el estudio de la influencia del marketing digital en los negocios dedicados a las actividades turísticas durante la pandemia y los cambios que han sufrido los negocios pertenecientes al sector turístico y como el marketing digital en esencia sobre el uso de plataformas digitales han ayudado a la reactivación de las actividades y como se enfrentaron al stand by durante la pandemia.

**PALABRAS CLAVES:** ARTÍCULO ACADÉMICO, MARKETING DIGITAL, EMPRENDIMIENTOS, NEGOCIOS, TURÍSTICO, ECUADOR

## **ABSTRACT**

The present investigation reflects the conviction of the state of the art about the digital marketing of tourism businesses and enterprises in Ecuador, the purpose of the study is to understand its importance and influence on business, through a scientific bibliographic review through digital platforms such as Scopus, Latindex, Scielo and Web of Science contemplating the study variables.

The purpose of the research is to investigate digital marketing and tourism, as a focus on opportunities for small and medium-sized companies, motivated by the evolution of tourism, communication, content development and the satisfaction of the needs of consumers tourists.

Within the methodological aspect of the research, descriptive research with a qualitative approach was applied, to identify the research topic, the selection of study documents, information extraction, data interpretation and study classification.

As a result of the review, 13 articles related to the digital marketing of tourism businesses and ventures were obtained, for analysis, interpretation and answering questions, with the purpose of extracting data and interpreting the relationship between each of these. study variables.

The proposal is based on the study of the influence of digital marketing on businesses dedicated to tourism activities during the pandemic and the changes that businesses belonging to the tourism sector have undergone and how digital marketing in essence on the use of digital platforms has helped reactivate activities and how they faced standby during the pandemic.

**KEY WORDS:** ACADEMIC ARTICLE, DIGITAL MARKETING, ENTREPRENEURSHIP, BUSINESS, TOURISM, ECUADOR

**LINK DE PUBLICACIÓN DEL ARTÍCULO ACADÉMICO**

<https://doi.org/10.33386/593dp.2022.4-1.1205>