

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

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

TEMA: “Sistema de realidad aumentada como estrategia de marketing 5.0 en restaurantes: un caso de estudio en Ambato Ecuador”

AUTOR: Pablo Ricardo Paredes Naranjo

TUTOR: Ing. Leonardo Gabriel Ballesteros López, MBA

AMBATO – ECUADOR

Octubre 2022



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Leonardo Gabriel Ballesteros López, MBA

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Sistema de realidad aumentada como estrategia de marketing 5.0 en restaurantes: un caso de estudio en Ambato Ecuador**” presentado por el señor **Pablo Ricardo Paredes Naranjo** para optar por el título de Licenciado 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, 24 de octubre del 2022



Ing. Leonardo Gabriel Ballesteros López, MBA.

C.I.1802453629

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Pablo Ricardo Paredes Naranjo**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Pablo Ricardo Paredes Naranjo

C.I.1804582177

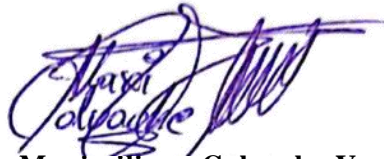
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

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.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jiménez Castro'.

Ing. Wilson Fernando Jiménez Castro, Mg.

C.I. 1803098126

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'César Maximiliano Calvache Vargas'.

Ing. César Maximiliano Calvache Vargas, Mg.

C.I. 1802862498

Ambato, 24 de octubre del 2022

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo 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.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi artículo académico con fines de difusión pública, además apruebo 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 mis derechos de autor.



Pablo Ricardo Paredes Naranjo

C.I.1804582177

AGRADECIMIENTO

El presente artículo recibió todo el respaldo y apoyo del equipo investigador del proyecto de investigación DIDE “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 y coordinado por el Ing. Leonardo Ballesteros.

ACKNOWLEDGEMENTS

This article received the full backing and support of the research team of the DIDE research project "La gestión del marketing digital, para el fortalecimiento de los emprendimientos turísticos de la provincia de Tungurahua", approved by Resolution No. UTA-CONIN-2022-0075-R and coordinated by Leonardo Ballesteros, Eng.

RESUMEN EJECUTIVO

El sector turístico gastronómico sigue siendo uno de los más afectados por la pandemia del Covid-19. La mayoría de las empresas de servicios, se vieron forzadas a evolucionar tecnológicamente para poder hacer frente a esta crisis sanitaria. La pérdida de recursos humanos y económicos obligó a que varios negocios cierren y pierdan su inversión. Los establecimientos que lograron afrontar estas adversidades, todavía se encuentran desesperados sin saber qué camino tomar para encontrar un punto de equilibrio y generar una futura utilidad.

En este sentido, la problemática que se presenta es el desconocimiento de las nuevas herramientas tecnológicas por parte de los restaurantes en la ciudad de Ambato, así como el uso de estrategias de marketing convencionales que, en el mundo digitalizado en el que nos encontramos, no son suficientes para tener un negocio rentable.

La evaluación de la experiencia de usuario, a través de la metodología conocida como escala de usabilidad del sistema, arrojó un valor superior a 70. La difusión del uso de esta tecnología, se lo hizo a través de Facebook. La comparación entre el antes y después de la implementación de este sistema mostró un incremento porcentual en ventas del 47.45 por ciento. Finalmente, se corroboró que existe una diferencia estadísticamente significativa a través de la prueba T-student para muestras independientes con una significancia inferior al 5 por ciento.

Este artículo presenta la implementación de nuevas tecnologías, específicamente un sistema de realidad aumentada como estrategia de marketing 5.0 enfocada al caso de estudio de un restaurante en la ciudad de Ambato, Ecuador. Dicho sistema fue creado en el motor gráfico Unity 3D.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, MARKETING 5.0, REALIDAD AUMENTADA, RESTAURANTE, ECUADOR.

ABSTRACT

The gastronomic tourism sector remains the most affected by the Covid-19 pandemic. Most service companies were forced to evolve technologically to cope with this health crisis. The loss of human and economic resources pushed several businesses to close and lose their investment. The establishments that managed to face these adversities are still desperate and do not know which path to take to find a point of equilibrium and generate a future profit.

In this sense, the problem that arises is the lack of knowledge of new technological tools by restaurants in the city of Ambato, as well as the use of conventional marketing strategies that, in the digitalized world in which we find ourselves, are not enough to have a profitable business.

The evaluation of the user experience through the methodology known as the usability scale of the system showed a value higher than 70. The dissemination of the use of this technology was done through Facebook. The comparison between before and after the implementation of this system showed a percentage increase in sales of 47.45 percent. Finally, it was corroborated that there is a statistically significant difference through the T-student test for independent samples with a significance of less than 5 percent.

This article presents the implementation of new technologies, specifically an augmented reality system, as a 5.0 marketing strategy focused on the case study of a restaurant in Ambato, Ecuador. This system was created in the Unity 3D graphics engine.

KEYWORDS: ACADEMIC ARTICLE, MARKETING 5.0, AUGMENTED REALITY, RESTAURANT, ECUADOR.

CARTA DE ACEPTACIÓN

IV CONGRESO DE CIENCIA DE LA COMPUTACION, ELECTRONICA E INDUSTRIAL



October 25, 2022

Paper ID: 071

We are glad to notify you that the paper **"AUGMENTED REALITY SYSTEM AS A 5.0 MARKETING STRATEGY IN RESTAURANTS: A CASE STUDY IN AMBATO ECUADOR"**, authored by **Pablo Ricardo Paredes Naranjo and Leonardo Gabriel Ballesteros López**, once passed blind peer review, has been accepted for oral presentation and publication in the CSEI 2022 proceedings that will be published in Springer through their Lecture Notes in Networks and Systems book series (ISSN 2367-3370), and submitted for indexing to ISI Proceedings, El-Compendex, DBLP, SCOPUS and Springer link.

The paper has been successfully approved in its final and extended version and submitted to the Equinocs system (Conference Proceedings Submission System). We are also pleased to announce that the conference registration has been completed without any problems.

Publication date: March 2023

We are looking forward to hearing your presentation at the conference.

Sincerely,



Firmado electrónicamente por:
MARCELO
VLADIMIR GARCIA
SANCHEZ

Marcelo V. García
General Editor CSEI 2022

