



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

# UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE

Carrera de Turismo

Trabajo de Titulación

**Las redes sociales como estrategia de promoción del turismo cultural del Ecuador, caso de estudio: cantón Cuenca, provincia de Azuay.**

**Autores:** Aimacaña Tamara - Campaña Evelyn

**Tutor Académico:** Msc. Luis Ernesto Huaraca Vera. PhD.

**SANGOLQUÍ**





Las redes sociales se han convertido en una herramienta fundamental para la promoción turística, especialmente en destinos culturales como es el caso del cantón Cuenca en la provincia de Azuay, Ecuador.

*(Invoyager, s.f.).*

# OBJETIVOS

## Objetivo general



(Seigoo, s.f.).

- Analizar el papel que cumplen las redes sociales como estrategia efectiva para promover el turismo cultural del cantón Cuenca, identificando cómo estas plataformas pueden ser aprovechadas para difundir y resaltar atractivos culturales.

# OBJETIVOS

## Objetivos específicos

- Investigar cómo se utilizan actualmente las redes sociales en la promoción del turismo cultural del cantón Cuenca.
- Analizar el uso de las redes sociales como Facebook, Tik Tok e Instagram en la promoción del turismo cultural del cantón Cuenca.
- Identificar barreras y desafíos existentes en la implementación de estrategias de promoción a través de las redes sociales en el turismo cultural.

# CAPÍTULO I

## Evolución de las redes sociales

∞ Meta  
(1000logos, 2022).

### Facebook



(Ubani, 2023).

- ✓ **Creador:** Mark Zuckerberg.
- ✓ **2003:** Facemash.
- ✓ **2004:** “The Facebook”.
- ✓ **2005:** se retirar el “The”.
- ✓ **2012:** compra Instagram.
- ✓ **2014:** compra WhatsApp.
- ✓ **2021:** Metaverso.

### Instagram



(Andana, 2024).

- ✓ **Creador:** Kevin Systrom y Mike Krieger
- ✓ **2010:** surge como app móvil.
- ✓ **2012:** versión de Android y comprada por Facebook.
- ✓ 80 millones de usuarios.

### TikTok



(Comuniza, 2023).

- ✓ **Creador:** Byte Dance.
- ✓ **2016:** se lanzó como Douyin.
- ✓ **2018:** Compra y fusión con Musical.ly. Oficialmente TikTok.
- ✓ **2019:** 800 millones de usuarios
- ✓ **2021:** aplicación más descargada.

# CAPÍTULO I

## Ecuador: Redes sociales

Primeros años del siglo XXI.



(Rodigart47, s.f.).

18 millones de habitantes

77% son usuarios activos de internet.

81% usan celular con acceso a diferentes plataformas.

MARZO 2023

Facebook= 15,700,000

Instagram= 7,000,000

TikTok=

11,912,000



(Sanchez, 2018).



25 a 34 años



(Espallargas, 2022).

40.88%  
18 a 24 años.

# CAPÍTULO I

## Marco Legal

01

Constitución de  
la República del  
Ecuador

02

Ley Orgánica de  
Telecomunica-  
ciones

03

Plan Nacional de  
Telecomunica-  
ciones

Ley Orgánica de  
Comunicación

04

Código Orgánico  
Integral Penal

05



(Portal Educa, 2021).

# CAPÍTULO II

## Metodología de la investigación

Enfoque: Mixto

Por su Finalidad:  
Aplicada

Por las fuentes de  
información: Mixto

Por el alcance:  
Exploratorio

Instrumentos de recolección  
de información: Varios



Muestra:

$n$  = tamaño de muestra.

$N$  = tamaño de la población.

$\sigma$  = desviación estándar de la población = 0.5

$Z$  = Factor de confiabilidad al 95%.

$e$  = Margen de error máximo permisible = 7

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

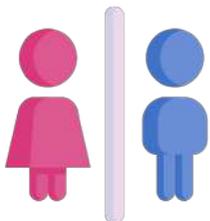
$$n = 196$$

# Macroentorno

Provincia de Azuay



(Gobierno Provincial de Azuay, 2011)



52,67% 47,33%

- Derecho a la interculturalidad
- Derecho a la información y la comunicación oral.
- Derecho al patrimonio cultural.



(Ministerio de Turismo, 2021)



3ra internet  
61,1%



(Ministerio de Turismo, 2019)



(GoRaymi, s/f)

# Microentorno



(PDOT Cuenca, 2022)

Cantón Cuenca



331.028 hab. 86.604 hab.

- Fundación Municipal de turismo para Cuenca
- Visit Cuenca Ecuador
- Municipio Cuenca
- GADM Cuenca
- Dirección Municipal de Cultura de Cuenca



(X, 2022)



(Netlife, s/f)



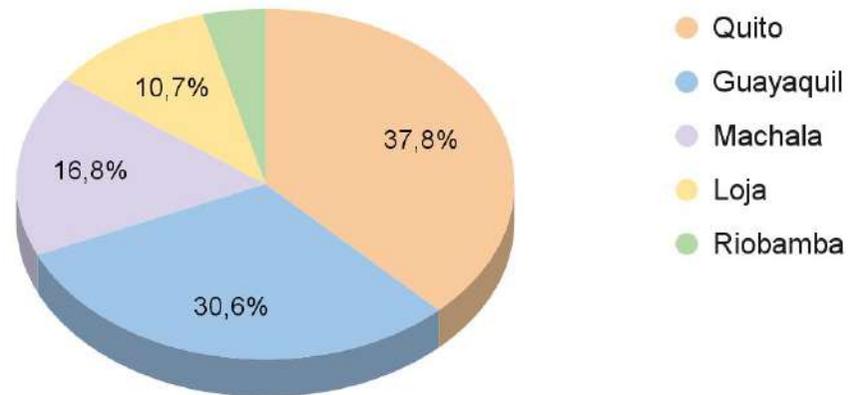
(Facebook Hallo, 2024)



# CAPÍTULO II

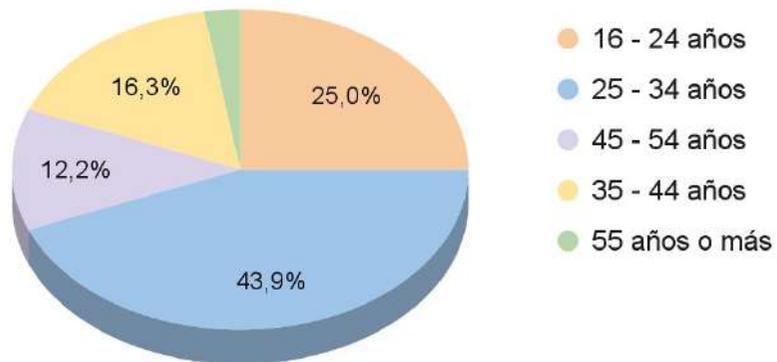
## Encuestas

Lugar de procedencia de las personas encuestadas



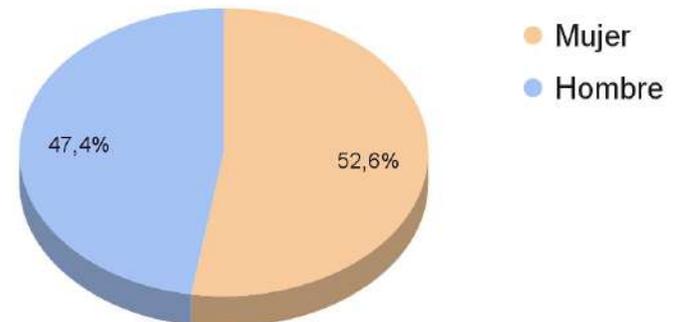
Elaborado por: autores.

Edad de las personas encuestadas



Elaborado por: autores.

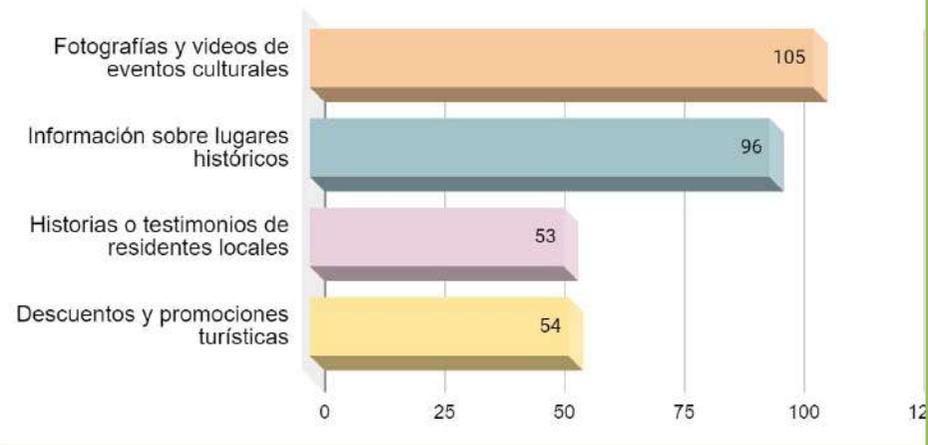
Género de las personas encuestadas



Elaborado por: autores.

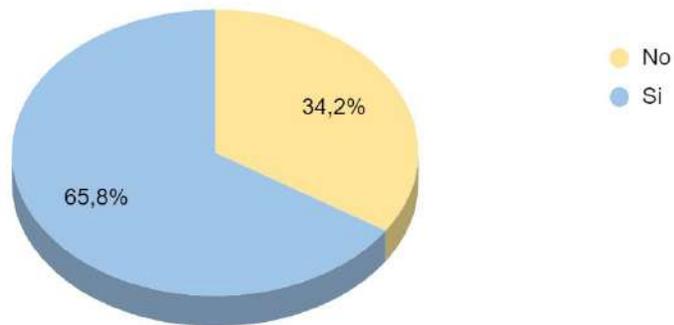
# CAPÍTULO II

¿Qué tipo de contenido relacionado con turismo cultural prefiere ver en las redes sociales?



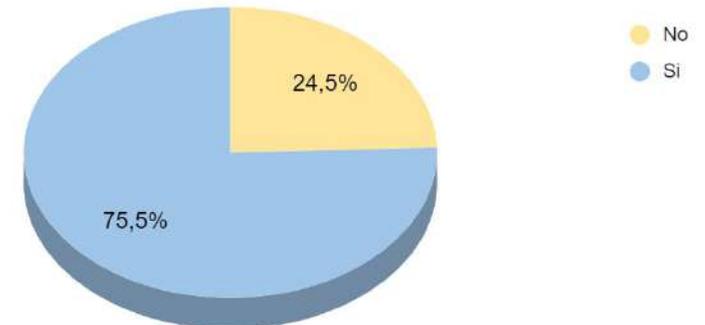
Elaborado por: autores.

¿Ha descubierto eventos o atractivos turísticos culturales a través de redes sociales relacionados con el cantón Cuenca?



Elaborado por: autores.

¿Considera usted que las redes sociales se utilizan para promocionar la riqueza histórica y artística del cantón Cuenca?



Elaborado por: autores.

# CAPÍTULO II

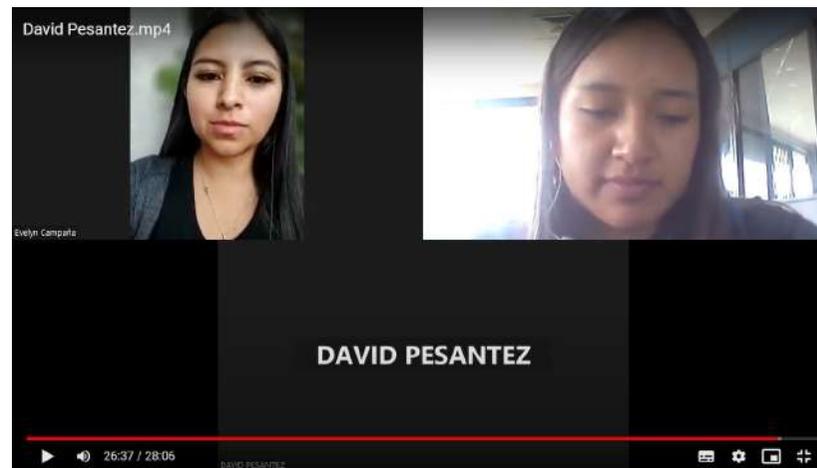
## Entrevistas



*Entrevista Monserrath Tello Directora del museo y parque arqueológico Pumapungo.*



*Entrevista María Augusta Lloret representante de la Dirección de Cultura de Cuenca*



*Entrevista a David Pesantez ex encargado del área de Marketing de la Fundación Municipal de Turismo de Cuenca*

# CAPÍTULO III

## Preferencias de redes sociales según rango de edad



(Comuniza, 2023).

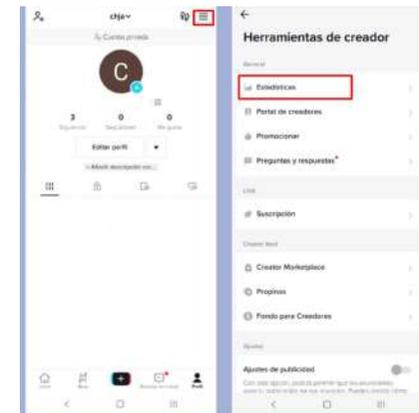
Ideal para  
adolescentes y  
jóvenes adultos.

★ *Crear y compartir  
videos llamativos*



★ *Contenido dinámico*

★ *Formato innovador*



★ *Tendencias mundiales*



Rango de edad	Preferencia/redes sociales			Género			
	Red social	%	# personas	Femenino		Masculino	
				%	# personas	%	# personas
16 a 24 años	Facebook	20,4%	10	55,1%	27	44,9%	22
	TikTok	40,8%	20				
	Instagram	38,8%	19				
25 a 34 años	Facebook	27,9%	24	47,7%	41	52,3%	45
	TikTok	40,7%	35				
	Instagram	31,4%	27				

Elaborado por: autores.

# CAPÍTULO III

35 a 44 años	Facebook	40,6%	13	46,9%	15	53,1%	17
	TikTok	34,4%	11				
	Instagram	25%	8				
45 a 54 años	Facebook	50%	12	53,1%	17	29,2%	7
	TikTok	20,8%	5				
	Instagram	29,2%	7				
Más de 55 años	Facebook	80%	4	60%	3	40%	2
	TikTok	20%	1				
	Instagram	0%	0				

Elaborado por: autores.



(Ubani, 2023).

Popular entre los adultos de mediana edad.

★ Fácil manejo.



(Kantra, 2022).

★ Compartir fotografías y contenido.



(Regalado, s.f.).

# CAPÍTULO III

## Análisis de las publicaciones en las plataformas digitales



Instagram

### Visit Cuenca



visit\_cuencaec #CuencaSiempreTeEspera| El carnaval es en Cuenca 🎉🎊 Disfruta del feriado en la ciudad con un ambiente festivo lleno de arte, cultura, gastronomía y naturaleza 🌿

Descarga la agenda de actividades en el link 😊  
<https://linktr.ee/fmtpc>

#CuencaDestinoGastronomico  
#CuencaPatrimonioCultural 🌟



(Visit Cuenca, 2024).

### Dirección de Cultura de Cuenca



culturacue 📅 ¡Agenda Cultural! 🌟  
Del 29 de Enero al 4 de Febrero, prepárate para una semana llena de eventos y experiencias culturales. 🎉

¡No te pierdas ninguna actividad! 🌈

#AgendaCultural #CulturaEnAcción



(Dirección de Cultura de Cuenca, 2024).

# CAPÍTULO III

facebook

## FMTPC



(Fundación Municipal Turismo Para Cuenca, 2024).

## Dirección Municipal de Cultura de Cuenca



(Dirección Municipal de Cultura de Cuenca, 2024).

# CAPÍTULO III



 **visitacuencaecuador**  
Visita\_Cuenca · 1-31

Seguir

 **#CuencaSiempreTeEspera** | Disfruta el **#carnaval** en Cuenca.  

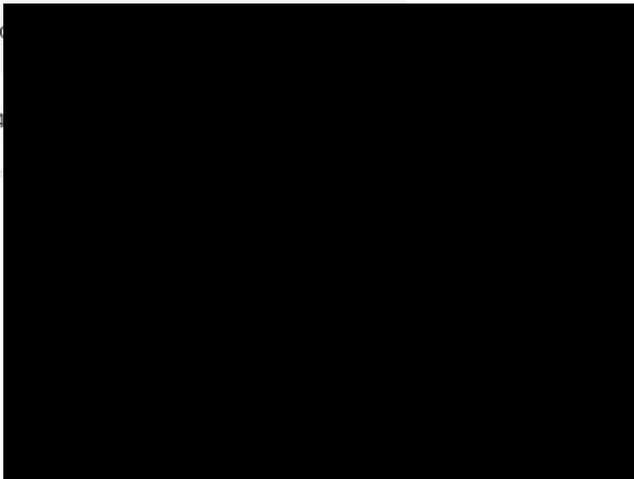

Este año el carnaval es en Cuenca, disfruta de todas las actividades que nuestra ciudad te ofrece. Este carnaval el **@Loco Viviendo** es nuestro compadre 🍷🍷 así que ven y bailamos el juyayay en Cuenca!!

**#CuencaTeEspera**  
**#ElCarnavalEsEnCuenca**  
**#CuencaDestinoGastronomico**

menos

🎵 sonido original - Visit\_Cuenca

👍 1559    💬 36    📌 4



(Visita Cuenca, 2024).

## Visita Cuenca

 **visitacuencaecuador**  
Visita\_Cuenca · 1-4

Seguir

 **#CuencaSiempreTeEspera** | Iglesia Todos Santos

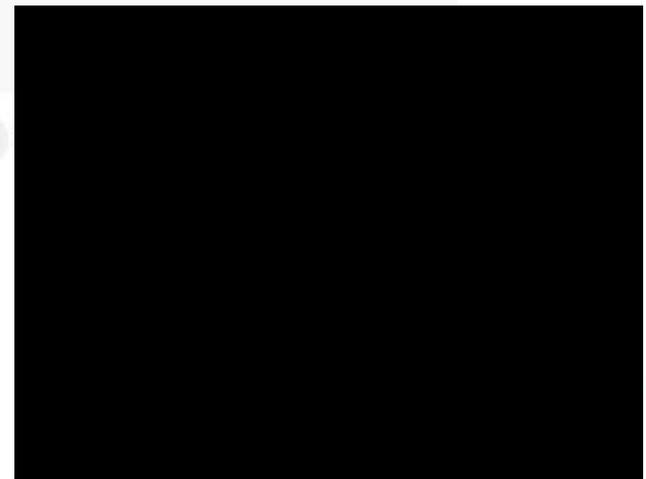
**#RutaDelglesias** 

La iglesia de Todos Santos es un templo construido en 1820 por mandato del obispo Miguel León Garrido en el lugar en donde se celebró la primera misa católica del asentamiento colonial. Debido a la **multiplicidad de imágenes** con diferentes advocaciones que existían en el templo, los fieles que lo frecuentaban lo bautizaron como iglesia de Todos Los Santos. El templo y el convento albergan actualmente a las religiosas Oblatas del Corazón de Jesús.

menos

🎵 Amelie - ORZVK

👍 57    💬 0    📌 0



(Visita Cuenca, 2024).

# CAPÍTULO III

## Principales Desafíos

Político vs Turístico



(Vecteezy, s/f).

Presupuesto



(EGA Futura, 2020).

De lo Offline a lo Online



(Dwa Commerce, 2022).

Segmentación



(El economista, 2020).

Falsas expectativas



(CAMEPE, 2022).

No profesionales



(El Confidencial, 2017).

# CONCLUSIONES

- Las redes sociales se han convertido en una herramienta indispensable para la promoción de destinos turísticos culturales, ya que, ofrecen una amplia visibilidad, fomentan la interacción directa y posibilita la creación de experiencias auténticas. Además, debido a su capacidad para alcanzar audiencias globales, fomenta la participación activa y permite crear conexiones emocionales con los visitantes.
- De acuerdo a las encuestas realizadas, TikTok es la red social más utilizada con un 36.2%, este dato sugiere que la plataforma ha ganado una considerable popularidad y ha captado la atención de una parte significativa de la población encuestada.
- En conclusión, la población de 16 a 34 años de edad muestra una preferencia por TikTok, mientras que, las personas de 35 años en adelante tienden a usar más Facebook. Por lo que, es importante comprender y adaptarse a las preferencias generacionales al desarrollar estrategias de marketing digital y contenido en redes sociales, para alcanzar de manera efectiva a los diferentes grupos de edad.
- Las instituciones públicas como son, museos, direcciones relacionados a la cultura no poseen un área dirigida al manejo de redes sociales lo que imposibilita que el contenido expuesto en las plataformas no se encuentre bajo una estrategia que tenga como finalidad promover la visita de turistas (visitantes) y la difusión de la cultura del cantón.
- Debido a los acontecimientos que han surgido a lo largo de los últimos años tanto a nivel mundial como en el país, el presupuesto que se designa para promocionar en las redes sociales es limitado, por lo cual, el personal que labora dentro de las diferentes instituciones son las encargadas de crear de manera orgánica las publicaciones para cada una de las plataformas de las cuales tienen acceso.

# RECOMENDACIONES

- Es importante que se implemente capacitaciones al personal que trabaja en las diferentes instituciones, sobre el manejo de redes sociales, ya que, es esencial obtener conocimientos sobre herramientas tecnológicas.
- Es recomendable que los museos de gestión pública e instituciones públicas que se relacionen con el patrimonio cultural utilicen redes sociales (Facebook, instagram, tik tok), para la promoción del turismo cultural, ya que, permiten compartir contenido visual atractivo, como fotos y videos, en los cuales se puede destacar la riqueza cultural de un destino atrayendo la atención de viajeros y despertando el interés por explorar la cultura Cuencana de Ecuador.
- Se sugiere que los usuarios y las personas que manejen las distintas plataformas digitales hagan uso de las redes sociales de manera ética y responsable, ya que, estas plataformas tienen un impacto significativo en la sociedad, la privacidad y la reputación personal y profesional, de no hacerlo, éstas puede verse afectadas por las acciones en las redes sociales.
- Es fundamental que el contenido para promocionar el turismo cultural de Cuenca sea atractivo, informativo y centrado en destacar la riqueza cultural del cantón a través de imágenes y videos de alta calidad, historias y anécdotas interesantes, cobertura en tiempo real de eventos culturales, colaboración con influencers, promociones y descuentos.

# GRACIAS



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

# UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE

Carrera de Turismo

Trabajo de Titulación

**Las redes sociales como estrategia de promoción del turismo cultural del Ecuador, caso de estudio: cantón Cuenca, provincia de Azuay.**

**Autores:** Aimacaña Tamara - Campaña Evelyn

**Tutor Académico:** Msc. Luis Ernesto Huaraca Vera. PhD.

**SANGOLQUÍ**

