

## Resumen

Las redes sociales se han vuelto parte importante en la cotidianidad de las personas. En el turismo las redes sociales han transformado la manera significativa como las personas planifican, comparten y experimentan sus viajes, por ello las redes sociales se han convertido en una estrategia fundamental para la promoción de destinos turísticos. Por su parte, el cantón Cuenca al ser reconocido por su rica herencia histórica, cultural, tradiciones y su declaratoria de Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO ha sido señalado como destino turístico cultural en Ecuador creando experiencias enriquecedoras. El presente proyecto en primera instancia se desarrolló una revisión teoría de las redes sociales y su uso a nivel nacional y mundial, las bases legales que regulan las mismas en Ecuador, casos de estudio relacionados al tema y conceptos necesarios para la comprensión del tema. Mientras que, en el capítulo II se realizó un análisis de la provincia de Azuay y el cantón Cuenca junto con sus factores incidentes en el turismo cultural y las redes sociales, así mismo, se aplicó una encuesta a visitantes nacionales y entrevistas que sirvieron para conocer cómo es el uso de las redes sociales enfocadas a la promoción por parte de las instituciones públicas y se realizó un análisis de factores FODA. Finalmente, en el capítulo III se realiza un análisis de resultados obtenidos a lo largo de la investigación y los principales desafíos evidenciados respecto al uso de las redes sociales en la promoción del turismo cultural.

*Palabras clave:* Turismo cultural, redes sociales, promoción, estrategia.

## **Abstract**

Social media has become an important part of people's daily lives. In tourism, social media has significantly transformed the way people plan, share, and experience their trips. Therefore, social media has become a fundamental strategy for promoting tourist destinations. The city of Cuenca, recognized for its rich historical and cultural heritage, traditions, and UNESCO declaration as a World Heritage Site, has been highlighted as a cultural tourist destination in Ecuador, creating enriching experiences. In the first phase of this project, a theoretical review of social media and its usage at the national and global levels was conducted, along with an examination of the legal foundations regulating them in Ecuador. Case studies related to the topic and necessary concepts for understanding the subject were also explored. In Chapter II, an analysis of the Azuay province and the Cuenca canton, along with factors influencing cultural tourism and social media, was carried out. Additionally, a survey was conducted with national visitors, and interviews were conducted to understand how public institutions use social media for promotion. A SWOT analysis was also performed. Finally, in Chapter III, an analysis of the results obtained throughout the research and the main challenges identified regarding the use of social media in promoting cultural tourism is presented.

*Key words:* Cultural Tourism, social media, strategy, promotion.