



Title: The digital marketing: The technological response to Nayarit's
 tourism challenges

Authors: RAMÍREZ-JIMÉNEZ, Armando, CARRILLO-BELTRÁN, Julio César
 Cuauhtémoc, ENCISO-ARÁMBULA, Rosalva and MEJÍA-SALAZAR, Gilberto

Editorial label RINOE: 607-8695

BECORFAN Control Number: 2023-03

BECORFAN Classification (2023): 111213-0301

Pages: 16

RNA: 03-2010-032610115700-14

RINOE - Mexico

Park Pedregal Business. 3580-
 Adolfo Ruiz Cortines Boulevard –
 CP.01900. San Jerónimo Aculco-
 Álvaro Obregón, Mexico City
 Skype: MARVID-México S.C.
 Phone: +52 1 55 6159 2296
 E-mail: contact@marvid.org
 Facebook: MARVID-México S. C.
 Twitter: @Marvid_México

www.rinoe.org

Holdings

Mexico	Peru
Bolivia	Taiwan
Cameroon	Western
Spain	Sahara

Autores y Coautores

- ID 1er Autor: Armando Ramírez Jiménez /
ORCID.org/0000-0001-9903-3846 / ResearcherID: U-
2935-2018 /arXiv.org: armandor7
- ID 1er Coautor * Julio César Cuauhtémoc Carrillo
Beltrán / ORCID.org/0000-0002-7932- 8273 /
Researcher ID: IUO-4762-2023
(doctorjuliocesarcarrillobeltran@uan.edu.mx)
- ID 2do Coautor: Rosalva Enciso Arámbula /
ORCID.org/0000-0002-8687-4141
- ID 3er Coautor: Gilberto Mejía Salazar /
ORCID.org/0000-0002-1879-1299



CONTENIDO

- Introducción
- Metodología
- Resultados
- Anexos
- Conclusiones
- Referencias



Introducción

La pandemia impactó el turismo en Nayarit. El estudio enfatiza el marketing digital para la recuperación, atrayendo turistas y generando empleo. Nayarit tiene un potencial turístico subutilizado. Se recomienda actualizar y capacitar al personal para mantener su atractivo a nivel nacional e internacional.



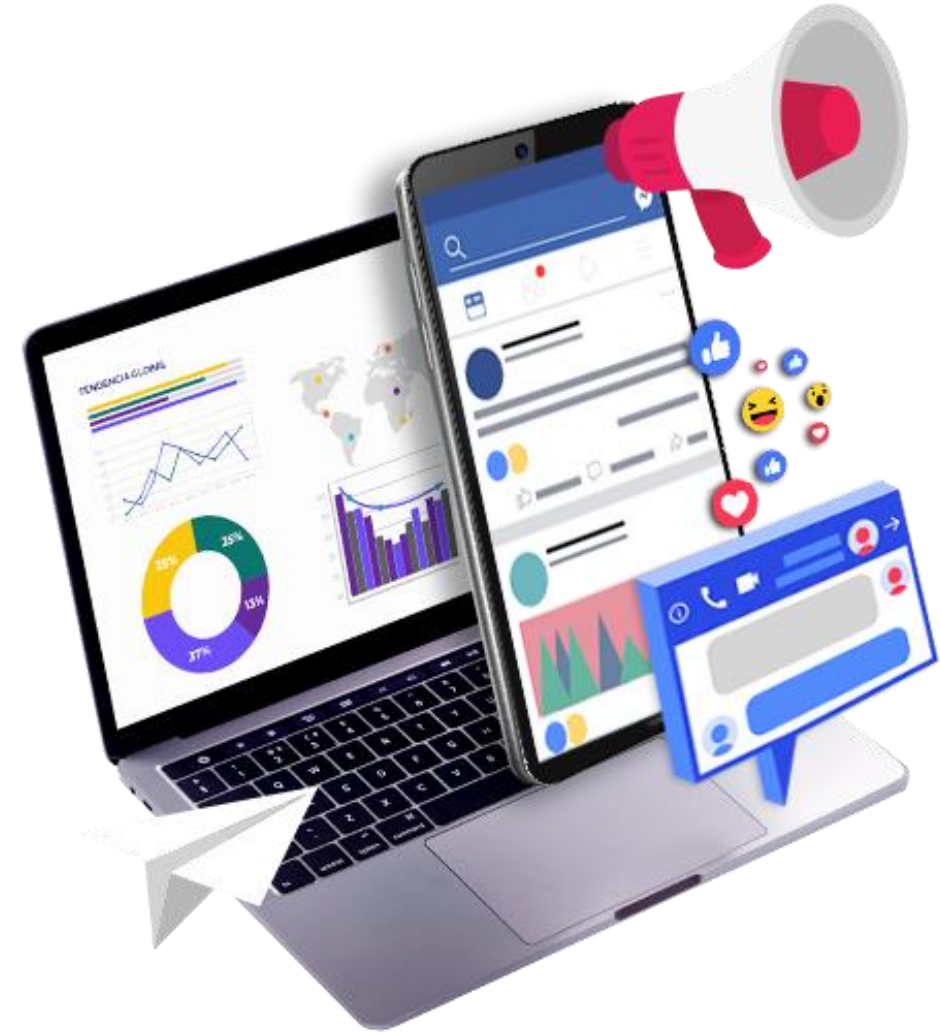
Introducción

La pandemia impactó el turismo en Nayarit. El estudio enfatiza el marketing digital para la recuperación, atrayendo turistas y generando empleo. Nayarit tiene un potencial turístico subutilizado. Se recomienda actualizar y capacitar al personal para mantener su atractivo a nivel nacional e internacional.



Objetivo

El objetivo de la presente investigación es dar a conocer la importancia y las ventajas del uso del marketing digital como herramienta tecnológica efectiva para reactivar el turismo en Nayarit, mediante el uso de las redes sociales, la adaptación a las plataformas digitales con estrategias efectivas e innovadoras para captar mayor turismo tanto nacional como extranjero.



Aspectos importantes del Marketing

Hoy en día, el marketing es una estrategia que toda empresa debe incorporar a sus planes globales para lograr el crecimiento. Muchas empresas utilizan técnicas de marketing para lograr sus objetivos sin darse cuenta. El marketing no es más que comunicación entre múltiples partes para beneficio mutuo (Samsing, 2018).



Marketing tradicional

VS

Marketing digital



La comunicación es **unidireccional**



La comunicación es **interactiva y bidireccional**



No puedes medir el impacto de tu estrategia



Puedes **medir y analizar** el impacto de tu estrategia



Se buscan a los usuarios: **interrumpe**



Son los usuarios los que **nos buscan**



Su objetivo es vender **sin pensar** en el usuario



Su objetivo es **educar y entretener** al usuario

Metodología

A su vez, la investigación es de tipo exploratorio también, ya que durante el desarrollo se ha hecho la revisión sistemática de la literatura de diversos artículos científicos tanto en inglés como en español sobre este tema mediante el empleo de las bases de datos científicas: Direct Science, Emerald, Scopus, Scielo, Redalyc, Google Académic. Así mismo, para el presente artículo se aplicó criterios de búsqueda en base a los motores o descriptores, alcanzando los mejores resultados con artículos de alto impacto.



La metodología del Inbound marketing

La metodología del Inbound marketing se basa en realizar determinadas acciones para conectar el segmento con la empresa. Estos pasos se resumen en los siguientes cuatro pasos básicos para crear marketing entrante, que están diseñados como métodos para atraer, convertir, vender y fidelizar como a continuación se describe y se define:

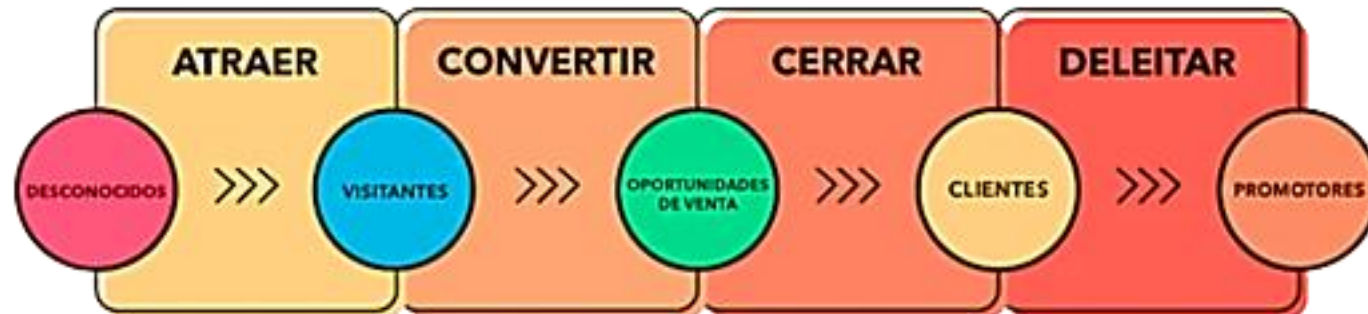


Fig. 1. Metodología Inbound Marketing, como se cita en

Samsing (2018):

La metodología del Inbound marketing

La aplicación del inbound marketing es dinámica, porque comenzó como una idea simple para atraer e idealizar usando las redes sociales e Internet, pero con el tiempo, las grandes empresas globales que brindan servicios lo aplican y lo hacen. El propósito humano es toda una filosofía, ellos incluso considerarlo una ciencia. Desde una perspectiva comercial, la actitud refleja el crecimiento del negocio, y los clientes satisfechos son la fuerza impulsora detrás del crecimiento (HubSpot, 2019).



La metodología del Inbound marketing

Esta investigación emplea un enfoque cualitativo, narrativo y descriptivo para analizar el marketing digital como herramienta para reactivar el turismo en Nayarit. También se realiza una revisión exploratoria de la literatura científica en inglés y español a través de diversas bases de datos, seleccionando artículos de alto impacto.



Estrategias tecnologías emergentes Post Covid-19 en el Turismo

- Inbound Marketing
- TripAdvisor
- Influencer
- Streaming
- Email Marketing
- Big Data Marketing
- Foros de marketing

Fuente: Cortés, G. (2020, May 28).



Conclusiones

El turismo global está evolucionando debido a cambios socioculturales y tecnológicos. Esto ha llevado a la necesidad de adoptar nuevos enfoques en la industria turística, incluyendo estrategias de marketing. Nayarit, con abundantes recursos naturales, busca aprovechar su potencial, aunque algunos sectores están subexplotados en términos de capacidad productiva.



Conclusiones

Se recomienda a todas las empresas modernizarse e ingresar a la era digital, crear estrategias innovadoras utilizando Internet, pero no ignorar las tradiciones, así como publicidad, cupones, descuentos, loterías, sorteos, etc. Esto se debe a que el negocio admite dos tipos de estrategias, digital y tradicional, para mantener a los clientes y clientes potenciales satisfechos con los servicios prestados.



Conclusiones

Por último encontrado en el presente estudio, para que Nayarit siga manteniendo su estatus como destino turístico en México e internacionalmente, es muy recomendable la implementación de estrategias de marketing digital ya que es la vía para crecer exponencialmente.



Referencias

Arreola, K. S., Madera Pacheco, J. A., & Pacheco Ladrón de Guevara, L. C. (2012). "Nayarit. Economía y Sociedad." Este libro se centra en la economía y sociedad de Nayarit.

Bigné, J. E. (1996). "Turismo y marketing en España: análisis del estado de la cuestión y perspectivas del futuro". Este artículo aborda la relación entre el turismo y el marketing en España.

Bigné Alcañiz, E.; Font Aulet, X.; Andreu Simó, L. (2000). "Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo". Este libro se enfoca en el marketing de destinos turísticos.

Braga, D. C. (2003). "Investigación de la demanda turística como factor fundamental para el planeamiento y desarrollo del turismo". Este artículo se centra en la investigación de la demanda turística.

Beni, Cerveró, J.; Iglesias, O.; Villacampa, O. (2002). "Marketing turístico". Este libro se enfoca en el marketing turístico.

Clarke, J. (2005). "Marketing management for tourism". Este capítulo se encuentra en el libro "The Management of Tourism" y trata sobre la gestión del marketing en el turismo.

DataTur (2019a). "Resultados de la Actividad Turística 2018". Este informe proporciona datos sobre la actividad turística en 2018.

DataTur (2019b). "Compendio estadístico 2019 de la actividad hotelera". Este informe ofrece estadísticas sobre la actividad hotelera.

Fishkin, R., & Hogenhaven, T. (2013). "Inbound marketing and SEO: Insights from the Moz Blog". Este libro explora el inbound marketing y el SEO.

Flores, A. (2021). "Conoce la historia del marketing digital". Este artículo ofrece una visión de la historia del marketing digital.

HubSpot. (2019) "¿Qué es el Inbound Marketing?". Este recurso proporciona información sobre el concepto de Inbound Marketing.

HubSpot. (2019) "Nuestra Misión y Visión". Este enlace ofrece información sobre la misión y visión de HubSpot, una empresa de marketing.

INEGI. (2022) "Cuéntame Inegi". Este recurso proporciona información estadística sobre población y migración.

Kotler, P., Bowen, J. (1997). "Marketing para Turismo". Este libro se enfoca en el marketing aplicado al turismo.

Mazón, T. (2001) "El nuevo modelo turístico en las sociedades desarrolladas". Este artículo analiza el nuevo modelo turístico en sociedades desarrolladas.

Middleton, V. T. C., Clarke, J. (2001) "Marketing in travel and tourism". Este libro se centra en el marketing en la industria de viajes y turismo.

Milio Balanzá, I. y Cabo Nadal, M. (2003) "Marketing e comercialización de productos turísticos". Este libro aborda la comercialización de productos turísticos.

Miquel, S; Mollá, A. y Bigné, J. E. (1994) "Introducción al marketing". Este libro ofrece una introducción al marketing en general.

Moreno, M. (2015). "Cómo triunfar en las redes sociales". Este recurso proporciona consejos sobre cómo tener éxito en las redes sociales.

Opreana, A., y Vinerean, S. (2015). "A new development in online marketing: Introducing digital inbound marketing". Este artículo introduce el concepto de marketing digital inbound.



© RINOE-Mexico

No part of this document covered by the Federal Copyright Law may be reproduced, transmitted or used in any form or medium, whether graphic, electronic or mechanical, including but not limited to the following: Citations in articles and comments Bibliographical, compilation of radio or electronic journalistic data. For the effects of articles 13, 162,163 fraction I, 164 fraction I, 168, 169,209 fraction III and other relative of the Federal Law of Copyright. Violations: Be forced to prosecute under Mexican copyright law. The use of general descriptive names, registered names, trademarks, in this publication do not imply, uniformly in the absence of a specific statement, that such names are exempt from the relevant protector in laws and regulations of Mexico and therefore free for General use of the international scientific community. BECORFAN is part of the media of RINOE-Mexico., E: 94-443.F: 008- (www.rinoe.org/booklets)