



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

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

**TEMA: “Automatización pilar de innovación del marketing de contenidos en empresas de servicio”**

**AUTORA: Lesly María Chilibuina Baquero**

**TUTORA: Dra. Jenny Margoth Gamboa Salinas, Mg.**

**COTUTOR: Ing. Marcelo Javier Mancheno Saá, Mg.**

**AMBATO – ECUADOR**

**Septiembre 2021**



## APROBACIÓN DEL TUTOR

**Dra. Jenny Margoth Gamboa Salinas, Mg.**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutora del trabajo de titulación “**Automatización pilar de innovación del marketing de contenidos en empresas de servicio**” presentado por la señorita **Lesly María Chiliquina Baquero** para optar por el título de Licenciada 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, 15 de septiembre del 2021

---

**Dra. Jenny Margoth Gamboa Salinas, Mg.**

**C.I. 1802289320**

## APROBACIÓN DEL COTUTOR

**Ing. Marcelo Javier Mancheno Saá, Mg.**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Cotutor del trabajo de titulación “**Automatización pilar de innovación del marketing de contenidos en empresas de servicio**” presentado por la señorita **Lesly María Chilingua Baquero** para optar por el título de Licenciada 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, 15 de septiembre del 2021

---

**Ing. Marcelo Javier Mancheno Saá, Mg.**

**C.I. 1803549219**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, **Lesly María Chilingua Baquero**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciada en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



---

**Lesly María Chilingua Baquero**

**C.I. 1804838710**

## **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.

---

**Lic. Ruth Armenia Zamora Sánchez, Mg.**

**C.I. 1205775461**

---

**Dr. Kléver Armando Moreno Gavilanes**

**C.I. 180246337-0**

Ambato, 15 de septiembre del 2021

## **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.



---

**Lesly María Chiquinga Baquero**

**C.I. 1804838710**

## RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación analiza la automatización del marketing de contenido como herramienta de innovación de contenido en las organizaciones, de modo que se logre impulsar y utilizar el ámbito digital para mantener la competitividad en el mercado. El objetivo de la presente investigación fue determinar el grado de influencia y de adopción de la automatización del marketing de contenidos en las Empresas Públicas de Servicios de la ciudad de Ambato.

Es por esta razón que el presente trabajo de investigación es relevante, al igual que las empresas al optar por migrar a espacios digitales deben considerar la implementación de herramientas automatizadas que beneficien y faciliten los procesos de marketing de contenidos de las organizaciones. Por tal motivo, se desarrolló un constructo con las características de automatización que garantice su intención de aplicación.

El principal resultado obtenido fue que las herramientas de generación de contenido si influyen positivamente en la captación de clientes, generan mayor tráfico web y potencializan la imagen y cultura organizacional.

De tal manera, la propuesta resultante de la investigación permitió denotar que, a) la automatización brinda beneficios productivos a las organizaciones que lo apliquen correctamente, considerando el contexto y enfoque de la adopción tecnológica y b) La automatización posee ventajas que permite mejorar los procesos de marketing de contenidos y organizacionales.

**PALABRAS CLAVES:** ARTÍCULO ACADÉMICO, AUTOMATIZACIÓN, INNOVACIÓN, MARKETING DE CONTENIDOS

## ABSTRACT

This research analyzes the automation of content marketing as a content innovation tool in organizations, so that it is possible to promote and use the digital field to maintain competitiveness in the market. The objective of this research was to determine the degree of influence and adoption of content marketing automation in the Public Service Companies of the city of Ambato.

It is for this reason that this research work is relevant, just as companies when choosing to migrate to digital spaces should consider the implementation of automated tools that benefit and facilitate the content marketing processes of organizations. For this reason, a construct was developed with the characteristics of automation that guarantees its application intention.

The main result obtained was that the content generation tools do positively influence customer acquisition, generate greater web traffic and enhance the image and organizational culture.

In this way, the proposal resulting from the research allowed to denote that, a) automation provides productive benefits to organizations that apply it correctly, considering the context and approach of technology adoption and b) automation has advantages that allow to improve the processes of content and organizational marketing.

**KEY WORDS:** ACADEMIC ARTICLE, AUTOMATION, INNOVATION, CONTENT MARKETING



**LINK DEL ARTÍCULO ACADÉMICO PUBLICADO**

<https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/428/752>

<https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/428>