



**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: “Métricas de publicaciones en Instagram de  
supermercados en la ciudad de Latacunga – Ecuador”**

**AUTORA: Gaby Johana Iza Calapaqui**

**TUTOR: Ing. Ricardo Patricio Medina Chicaiza, PhD.**

**AMBATO – ECUADOR**

**Marzo 2023**



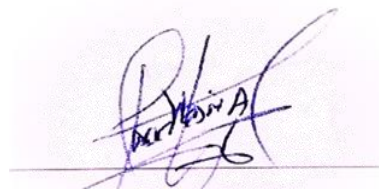
## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

**Ing. Ricardo Patricio Medina Chicaiza, PhD.**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Métricas de publicaciones en Instagram de supermercados en la ciudad de Latacunga – Ecuador**” presentado por la señorita **Gaby Johana Iza Calapaqui** 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, 10 de marzo del 2023



**Ing. Ricardo Patricio Medina Chicaiza, PhD.**

**C.I. 1802333276**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, **Gaby Johana Iza Calapaqui** 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.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Gaby', with a large, stylized flourish above it.

**Gaby Johana Iza Calapaqui**

**C.I.0503770984**

## **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.



**Ing. Washington Marcelo Gallardo Medina, Mg.**

**C.I. 1803415015**



**Ing. Juan Enrique Ramos Guevara, Mg.**

**C.I. 1803084209**

Ambato, 10 de marzo del 2023

## **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.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Gaby Johana Iza Calapaqui', with a large, stylized flourish above the name.

**Gaby Johana Iza Calapaqui**

**C.I.0503770984**

## **DEDICATORIA**

Dedico este triunfo en primer lugar a Dios y a la sabiduría que me brindo en los momentos más difíciles de mi vida universitaria por otra parte este trabajo lo he culminado con el apoyo de mis padres José Iza y María Calapaqui, que siempre me dieron su apoyo incondicionalmente en la parte moral y económica, para llegar hacer una profesional.

A mis hermanos y mis queridos amigos y amigas quienes han estado ahí cuando más lo he necesitado en el transcurso de cada año de mi vida universitaria

Gracias a todos ustedes quienes me han demostrado, su apoyo y confianza para salir adelante y hacer realidad el sueño de culminar mi carrera.

**Gaby Johana Iza Calapaqui**

## **AGRADECIMIENTO**

Enormemente agradezco a nuestro Padre Celestial por la vida, sabiduría y bendiciones en mi camino Universitario llenas de pruebas y dificultades.

A mis Padres y mi Hermana por brindarme su amor y apoyo incondicional, sobre todo por enseñarme los principios y valores que fueron fundamental dentro de mis cinco años de estudio de formación profesional.

Un agradecimiento especial a mi querida Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, a los docentes quienes me impartieron sus conocimientos, experiencias a lo largo de mi vida estudiantil, además agradecer de manera cordial a mi Tutor de Proyecto quien me ha brindado su tiempo y paciencia sabiéndome guiar en todo momento para culminar el trabajo de investigación

**Gaby Johana Iza Calapaqui**

## RESUMEN EJECUTIVO

La investigación se desarrolla en torno a la medición de *reels* en la red social Instagram que emplea el estudio de videos de corta duración logrando implementar estrategias en productos y marcas de los supermercados, mismas que permitan generar experiencia y atraer la atención y preferencia por parte del consumidor. Además, se identificó la importancia de calcular una métrica (engagement) las cuales son: interacciones, hashtags, número de seguidores, likes y comentarios

El presente estudio tuvo como objetivo principal realizar un análisis métrico del uso de publicaciones en Instagram en los supermercados de la ciudad de Latacunga-Ecuador. Para ello, se utilizó como metodología el enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, y cuasi experimental, donde a partir de la técnica de muestreo no probabilístico se tomó a cinco supermercados que mantienen actividades en la ciudad y poseen Instagram

Los principales resultados determinaron que dos de las empresas se interesan por generar relevancia, visibilidad de marca e influencia sobre los usuarios observándose en el número de seguidores y me gusta, pero no existe un interés general por promover comentarios entre los usuarios de manera activa. Además, el supermercado que funciona exclusivamente en la ciudad es la que menos actividad genera en Instagram.

Se concluye, de este modo, que las publicaciones en Instagram de los supermercados en Latacunga se orientan más en socializar las bondades del producto a partir del formato en foto que en videos cortos o reels, sin contemplar una interacción permanente con el usuario de respuesta ante sugerencias, inquietudes o reclamos, lo que conlleva a determinarse que entre las estrategias de marketing no se ha contemplado la opinión del usuario en la red social.

**PALABRAS CLAVES:** ARTÍCULO ACADÉMICO, INSTAGRAM, CONSUMIDOR FINAL, REDES SOCIALES, SUPERMERCADOS.



## **ABSTRACT**

The research is developed around the measurement of reels in the social network Instagram that uses the study of short videos to implement strategies in products and brands of supermarkets, which allow to generate experience and attract the attention and preference of the consumer. In addition, it was identified the importance of calculating a metric (engagement) which are interactions, hashtags, number of followers, likes and comments.

The main objective of this study was to perform a metric analysis of the use of publications on Instagram in supermarkets in the city of Latacunga-Ecuador. For this, the methodology used was the quantitative approach, descriptive level, and quasi-experimental, where from the non-probabilistic sampling technique, five supermarkets that maintain activities in the city and have Instagram were taken.

The main results determined that two of the companies are interested in generating relevance, brand visibility and influence on users observed in the number of followers and likes, but there is no general interest in promoting comments among users actively. In addition, the supermarket that operates exclusively in the city is the one that generates the least activity on Instagram.

It is concluded, therefore, that publications on Instagram of supermarkets in Latacunga are oriented more to socialize the benefits of the product from the photo format than in short videos or reels, without considering a permanent interaction with the user in response to suggestions, concerns or complaints, which leads to determine that among the marketing strategies the user's opinion has not been considered in the social network.

**KEY WORDS:** ACADEMIC ARTICLE, INSTAGRAM, END CONSUMER, SOCIAL NETWORKS, SUPERMARKETS.

## ENLACE DE PUBLICACION

<https://www.revistamapa.org/index.php/es/article/view/357>