



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de ensayos o artículo académico previo a la obtención del Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios

Tema: “Estrategia de medición cuantitativa de noticias en canales sociales para gobiernos cantonales de Tungurahua”

AUTORA: Estefanía Soledad Sarzosa Rivera

TUTOR: ING. MG. Ricardo Patricio Medina Chicaiza

AMBATO – ECUADOR

Enero, 2018



RESUMEN

Las métricas forman parte del *social media analytics* dentro del marketing digital que cambia y avanza constantemente por la globalización y el alcance de la tecnología. Éstas se encargan de medir y monitorear el impacto de las publicaciones que se realicen en canales sociales. En ese sentido, estos dos elementos se relacionan para lograr el objetivo del presente trabajo, desarrollar una estrategia de medición cuantitativa de noticias en canales sociales para gobiernos cantonales de Tungurahua. Es importante señalar que, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2016) el 25.28% utiliza redes sociales equivalente a 4,224,984 personas. Razón por la cual, la importancia del tema de investigación radica en el seguimiento y medición de los contenidos que se publiquen en los canales de difusión.

Así mismo, en la metodología al ser un trabajo descriptivo, se utilizarán métodos teóricos como el análisis – síntesis que permita llegar a conclusiones. Inductivo – deductivo, al establecer la relación entre métricas y la difusión de información con herramientas tecnológicas. Histórico – lógico, para conocer el comportamiento y evolución del tema de investigación. Similarmente, los métodos empíricos a utilizar son la observación directa y entrevista a los departamentos de Marketing de los nueve gobiernos cantonales; y el análisis de documentos en revistas, noticias publicadas y libros. Se utilizarán herramientas tecnológicas como *Fanpage Karma*, *Twitalyzer* y otros para medir los parámetros de evaluación de las noticias publicada en los canales sociales.

Además, en la presente investigación no se realizará el cálculo de muestra, puesto que se ejecutará el estudio a toda la población, en este caso a todos los nueve gobiernos cantonales de la provincia de Tungurahua que son Ambato, Baños de Agua Santa, Cevallos, Mocha, Patate, Pelileo, Píllaro, Quero y Tisaleo.

Cabe destacar la situación problemática que se identifica mediante observación directa, en donde los gobiernos cantonales de Tungurahua no cuentan con un seguimiento, medición y control de las noticias publicadas en canales sociales, lo cual implica el desconocimiento de herramientas tecnológicas que apoye a esta actividad. Se evidencia también, que el personal encargado de las noticias publicadas no es del área de Marketing, sino profesionales de sistemas, diseño u otras. Así mismo, en

búsquedas realizadas en el repositorio digital de la Universidad Técnica de Ambato en la Facultad de Ciencias Administrativas, no se encuentran temáticas de pregrado y postgrado similares al propuesto, por tanto el tema es de actualidad e innovación.

Los resultados que se obtendrán son el desarrollo de la estrategia de medición cuantitativa para gobiernos cantonales, a partir de una metodología propia para la obtención de métricas con sus respectivas fases y actividades, apoyándose de herramientas tecnológicas y que contribuya a la eficiencia de los departamentos de marketing.

BIBLIOGRAFÍA:

INEC. (2016). Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC's) 2016.

Recuperado a partir de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf