

# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

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

**TEMA: “El marketing relacional aplicado al sector metalmecánico de la provincia de Tungurahua”**

**AUTORES:**

**Valeria del Rocío Cepeda Jara**

**Carlos Magdiel Loza López**

**TUTOR: Ing. Howard Fabián Chávez Yépez, Mg.**

**AMBATO – ECUADOR**

**Marzo 2022**



## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

**Ing. Howard Fabián Chávez Yépez, Mg.**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**El marketing relacional aplicado al sector metalmecánico de la provincia de Tungurahua**” presentado por los señores **Valeria del Rocío Cepeda Jara** y **Carlos Magdiel Loza López** para optar por el título de Licenciados 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, 17 de marzo del 2022

---

**Ing. Howard Fabián Chávez Yépez, Mg.**

**C.I. 1709032906**

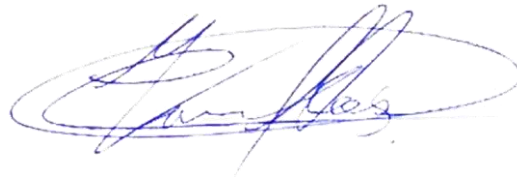
## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros, **Valeria del Rocío Cepeda Jara** y **Carlos Magdiel Loza López**, declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciados en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



**Valeria del Rocío Cepeda Jara**

**C.I.1803224607**



**Carlos Magdiel Loza López**

**C.I. 1400585285**

## **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. Arturo Fernando Montenegro Ramírez, Mg.**

**C.I. 1803845385**

**Dr. Jorge Francisco Abril Flores, Mg.**

**C.I.1803035086**

Ambato, 17 de marzo del 2022

## **DERECHOS DE AUTOR**

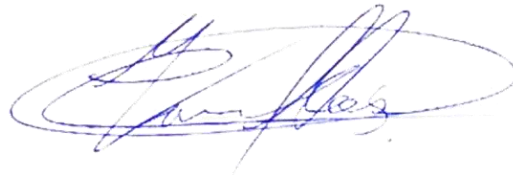
Autorizamos a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedemos los derechos en línea patrimoniales de nuestro artículo académico con fines de difusión pública, además aprobamos 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 nuestros derechos de autores.



**Valeria del Rocío Cepeda Jara**

**C.I.1803224607**



**Carlos Magdiel Loza López**

**C.I. 1400585285**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

En el presente trabajo de investigación se analiza la presencia del marketing relacional dentro de las empresas del sector metalmeccánico de la provincia de Tungurahua. El marketing relacional presenta mejores niveles de rentabilidad y crecimiento, no haciendo un cambio de proceso sino un cambio de la estructura como tal, enfocándose principalmente en la participación activa de los clientes dentro de las decisiones y el futuro de la empresa.

Para el presente trabajo se aplicó una encuesta de preguntas cerradas dividida en cinco dimensiones siendo estas: competencia, confianza, compromiso, comunicación y gestión de conflictos, dirigida a 48 empresas metalmeccánicas de la provincia de Tungurahua.

Los resultados obtenidos permiten observar que las empresas del sector metalmeccánico en el ámbito de marketing relacional cuentan con dimensiones que fortalecen su negocio como: competencia y confianza.

Mientras que por otro lado se evidencia que existen dimensiones en las que aún se debe trabajar como: compromiso, comunicación y gestión de crisis; en las cuales se debería diseñar y aplicar estrategias de marketing relacional enfocadas en estas dimensiones.

**PALABRAS CLAVE:** ARTÍCULO ACADÉMICO, MARKETING RELACIONAL, FIDELIZACIÓN DE CLIENTES, COMUNICACIÓN, ESTRATEGIAS.

## **ABSTRACT**

This research work analyzes the presence of relationship marketing within companies of the metal-mechanic sector in the province of Tungurahua. Relationship marketing presents better levels of profitability and growth, not making a change in the process but a change in the structure as such, focusing mainly on the active participation of costumers in the decision making and future of the company.

That's why having a context of the metal mechanic sector and its impact on the economy of the province and the country, this research aims to publicize the current situation of the sector in the field of relationship marketing and that in this way, companies con seek strategies in the dimensions that they have not strengthened.

A survey of closed-ended questions divided into five dimensions was applied, these being: competence, trust, commitment, communication, and conflict management, aimed at 48 metal-mechanic companies in the province of Tungurahua.

The results obtained from this survey allow us to observe that companies in the metal-mechanic sector in the field of relationship marketing have dimensions that strengthen their business such as: competence and trust, while on the other hand it's evident that there are dimensions that still need to be worked on, such as: commitment, communication and crisis management; in which relationship marketing strategies focuses on these dimensions should be designed and applied.

**KEYWORDS:** ACADEMIC ARTICLE, RELATIONSHIP MARKETING; CUSTOMER LOYALTY, COMMUNICATION, STRATEGIES.

## CARTA DE ACEPTACIÓN



### CARTA DE ACEPTACIÓN

Por medio de la presente se le informa que el artículo:

**El marketing relacional aplicado al sector metal mecánico de la provincia de  
Tungurahua**

De los autores:

**Valeria Del Rocío Cepeda Jara, Howard Fabián Chávez Yépez, Carlos  
Magdiel Loza López**

presentado a la revista Uniandes EPISTEME, ha sido **aceptado para  
publicación**. El artículo será publicado en el Volumen 9, Nro. 3, de julio-  
septiembre de 2022. ISSN: 1390-9150.

Sirva la presente para acreditar la aceptación de publicación del artículo a los 17  
días del mes de diciembre de 2021.

Agradeciendo cordialmente su colaboración con la revista.

**Dr. C. Raúl Comas Rodríguez, PhD.  
Editor General**



<http://45.238.216.13/ojs/index.php/EPISTEME/index>

Indexada en: Latindex Catálogo 2.0, Miar, REDIB, Dialnet, SIS, LatinRev,  
ERIH PLUS, Actualidad Iberoamericana