

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de artículo académico
previo a la obtención del Título de
Ingeniera de Empresas**

**TEMA: “Desempeño empresarial y uso de redes sociales
en las Mipymes de la provincia de Tungurahua durante
la pandemia de covid-19”**

AUTOR: María Belén Fonseca Molina

TUTOR: Ing. Mg. Elías David Caisa Yucailla

AMBATO – ECUADOR

Junio 2022



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Mg. Elías David Caisa Yucailla

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Desempeño empresarial y uso de redes sociales en las Mipymes de la provincia de Tungurahua durante la pandemia de covid-19**” presentado por la señorita **María Belén Fonseca Molina** para optar por el título de Ingeniera de Empresas, **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, 6 de junio del 2022



Ing. Mg. Elías David Caisa Yucailla
C.I.: 1803458668

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **María Belén Fonseca Molina**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



María Belén Fonseca Molina
C.I. 1804577409

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. Mg. Jacqueline del Pilar Hurtado Yugcha
C.I.: 1803022639



Ing. Mg. Arturo Fernando Montenegro Ramírez
C.I.: 1803845385

Ambato, 6 de junio del 2022

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.



María Belén Fonseca Molina
C.I. 1804577409

DEDICATORIA

El presente Artículo Académico está dedicado principalmente a Dios por darme sabiduría, esfuerzo para que esto sea posible para conseguir mis objetivos y mi meta que es graduarme, por guiarme y estar presente.

A mis padres Fanny Molina y Jorge Fonseca, mis hermanas Verónica y Azucena que son el pilar fundamental que de una u otra manera me han apoyado incondicionalmente con palabras de motivación siempre estuvieron a mi lado brindándome su apoyo y tiempo necesario para realizarme profesionalmente.

A mis amigos y compañeros de clase que han contribuido para el logro de mis objetivos

AGRADECIMIENTO

A mi familia por aconsejarme y darme esa motivación para seguir adelante y conseguir mis objetivos.

A la universidad técnica de Ambato y en especial a la facultad de ciencias administrativas que me abrieron sus puertas para el proceso de aprendizaje para convertirme en una profesional.

A cada uno de los docentes que impartieron sus conocimientos quienes me han guiado y formado en el proceso de enseñanza y aprendizaje, que de una u otra manera aportaron para desarrollarme como persona y profesional, especialmente a mi tutor de Artículo académico al Ing. David Caisa Mg. infinitas gracias.

RESUMEN EJECUTIVO

Este estudio tiene como objetivo examinar el papel del marketing en redes sociales en el desempeño de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) durante la pandemia de COVID-19. Este estudio utiliza como método de investigación un enfoque cuantitativo y la herramienta analítica utilizada es el Modelado de Ecuaciones Estructurales (SEM) basado en Mínimos Cuadrados Parciales.

Se utilizó la técnica de muestreo intencional y la muestra en este estudio fueron las MIPYMES que utilizan las redes sociales para la comercialización. Las redes sociales utilizadas son Facebook, Instagram y WhatsApp. El número de muestras en este estudio fue de 254 MIPYMES. La recolección de datos utilizó cuestionarios en línea.

Los hallazgos de la investigación muestran que el uso del marketing en redes sociales está influenciado por la compatibilidad, la utilidad percibida y la facilidad de uso percibida. Los resultados de este estudio indican que el uso de las redes sociales para marketing tiene un efecto positivo en el desempeño de las MIPYMES, especialmente en el aumento de las ventas, las relaciones con los clientes, la productividad y la creatividad.

Esto significa que cuanto mejor sea el manejo de las redes sociales para el marketing, mejor será el desempeño de las MIPYMES.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, MARKETING EN REDES SOCIALES, RENDIMIENTO DE LAS MIPYMES, COVID-19

ABSTRACT

This study aims to examine the role of social media marketing in the performance of micro, small and medium-sized enterprises (Mipymes) during the COVID-19 pandemic. This study uses a quantitative approach as a research method and the analytical tool used is Structural Equation Modeling (SEM) based on Partial Least Squares.

The intentional sampling technique was used and the sample in this study was the Mipymes that use social networks for marketing. The social networks used are Facebook, Instagram and WhatsApp. The number of samples in this study was 254 Mipymes. Data collection used online questionnaires.

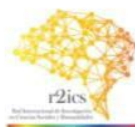
Research findings show that the use of social media marketing is influenced by compatibility, perceived usefulness, and perceived ease of use. The results of this study indicate that the use of social networks for marketing has a positive effect on the performance of Mipymes, especially in increasing sales, customer relations, productivity and creativity.

This means that the better the management of social networks for marketing, the better the performance of Mipymes.

KEY WORDS: ACADEMIC ARTICLE, SOCIAL NETWORK MARKETING, MSME PERFORMANCE, COVID-19

CARTA DE ACEPTACIÓN SI EL ARTÍCULO ESTUVIERE EN PROCESO DE PUBLICACIÓN.

593 Digital Publisher
CEIT
ISSN 2588-0705



Quito, 11 de abril de 2022

María Belén Fonseca Molina
Eliás David Caisa Yucailla

Presente.

V7-N5

Reciban un cordial saludo del equipo de la revista 593 Digital Publisher CEIT, esta es una revista digital de investigación en las áreas de: Educación, Administración, Auditoría, Innovación Tecnológica, Finanzas, Emprendimiento, con ISSN# 2588-0705, está indexada en Latindex con catálogo v2.0, es arbitrada (pares ciegos), evalúa la pertinencia en la calidad de investigación y sus dinámicas propias relacionadas al tema de estudio, con el fin de garantizar estándares de exigencia académica.

Este documento certifica que ha concluido la fase de revisión de pares, por lo tanto, el artículo es aceptado para la publicación en el V7. N5. sep/oct, por los autores **María Fonseca, y Eliás Caisa** con el tema **Desempeño empresarial y uso de redes sociales en las mipymes de la provincia de Tungurahua durante la pandemia de Covid-19**, cuyos resultados obedecen a un proceso de investigación previo del/os autor/es.

Agradecemos su publicación y les deseamos éxitos en su carrera como investigadores.

Philipp Altmann Ph.D
Director

www.593dp.com
Urb. El Condado, Calle K 147 y Calle L, Of.5. Quito-Ecuador
Email: revista@593dp.com