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 Mercadotecnia

TEMA: "TikTok y la comunicación en la universidad: nuevas dinámicas de conexión y contenido"

AUTOR: Patricio Andrés Freire Alarcón

TUTOR: Ing. Ricardo Patricio Medina Chicaiza, PhD.

AMBATO – ECUADOR

Julio-2025

APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Ricardo Patricio Medina Chicaiza, PhD.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación "**TikTok y la comunicación en la universidad: nuevas dinámicas de conexión y contenido**" presentado por el señor **Patricio Andrés Freire Alarcón** para optar por el título de Licenciado en Mercadotecnia, **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, 4 de julio del 2025



Ing. Ricardo Patricio Medina Chicaiza, PhD.
C.I. 1802333276

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Patricio Andrés Freire Alarcón,** declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado en Mercadotecnia, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Patricio Andrés Freire Alarcón
C.I. 1850303619

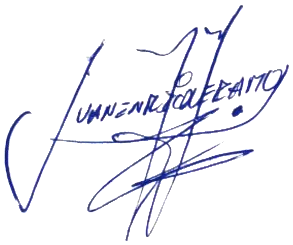
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

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. Leonardo Gabriel Ballesteros López, PhD.

C.I.1802453629



Ing. Juan Enrique Ramos Guevara, Mg.

C.I. 1803084209

Ambato, 4 de julio del 2025

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.



Patricio Andrés Freire Alarcón

C.I.1850303619

DEDICATORIA

A mi Dios, mi guía constante y mi mayor fortaleza a lo largo de todo este camino. Gracias por regalarme motivación, sabiduría, constancia, valores y fe. En cada desafío, estuviste a mi lado, nunca me dejaste solo. Por eso, todo lo que soy y he logrado te lo debo a ti, mi Señor.

A mis padres, Patricio y Rocío, por ser el motor que me impulsó a seguir incluso cuando sentía que ya no podía más. Gracias por creer en mí cuando ni yo mismo lo hacía, por levantarme con palabras sencillas y abrazos sinceros. Su amor incondicional ha sido mi mayor tesoro.

A mi hermanita Micaela, que, con su amor puro y compañía silenciosa, supo darme consuelo en los momentos más difíciles. Tus abrazos, tus palabras y tu inocencia me recordaron lo que realmente importa. Te amo profundamente.

A mis abuelitos, por ser ejemplo de esfuerzo, dedicación y amor. Aunque no tuvieron formación profesional, me enseñaron con sabiduría y valores que la verdadera educación va más allá de los libros. Han sido mis mejores maestros de vida.

A mi familia, que siempre confió en mí y me apoyó desde el inicio hasta el final de este camino. Este logro también es suyo, y no marca un cierre, sino el punto de partida hacia nuevos sueños y metas que, con su apoyo, sé que podemos alcanzar juntos.

Cuando quieran saber de mí, recuerden que Dios siempre está primero en todo, porque Él me ha dado todo y sin Él no sería quien soy. A cada uno de ustedes, les agradezco de corazón y les deseo lo mejor siempre.

Nunca fue suerte, siempre fue Dios.
Todo lo puedo en Cristo que me fortalece.
Filipenses 4:13

Patricio Andrés Freire Alarcón

AGRADECIMIENTO

Mi más profundo agradecimiento al equipo de investigadores del proyecto DIDE-UTA "INNOVACIÓN EN LA COMUNICACIÓN EN LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO", amparado bajo la Resolución UTA-CONIN-2023-0373-R, por brindarme la oportunidad de formar parte de esta valiosa iniciativa y por apoyar mi investigación "TikTok y la comunicación en la universidad: nuevas dinámicas de conexión y contenido".

De manera especial, expreso mi más sincero agradecimiento al Dr. Ricardo Patricio Medina Chicaiza, quien fue un pilar fundamental en el desarrollo de esta investigación. Su apoyo constante, sus palabras, ejemplos y orientaciones fueron un verdadero soporte en cada etapa del proceso. No solo me acompañó desde su rol profesional, sino también con la cercanía y empatía de un amigo. Mi gratitud con él será siempre profunda y permanente.

Finalmente, agradezco a la Universidad Técnica de Ambato por brindarme una formación integral que trascendió lo académico y me ayudó a crecer como persona. A cada uno de mis docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas, gracias por enseñar con excelencia y por compartir valiosas lecciones de vida que siempre llevaré conmigo. Esta institución no solo me formó profesionalmente, sino que me ofreció un entorno de inspiración, disciplina y crecimiento personal que marcará mi vida para siempre.

Patricio Andrés Freire Alarcón

RESUMEN EJECUTIVO

El presente artículo académico examina TikTok como herramienta de comunicación en el contexto universitario, considerando el impacto de las redes sociales en los estudiantes y su forma de conectarse, informarse y expresarse. En una era digital marcada por el consumo rápido y visual, en donde TikTok destaca por su diseño interactivo y alcance entre los estudiantes universitarios.

Este trabajo nace de la necesidad de generar contenido relevante y atractivo en redes sociales. Aunque muchas universidades ya utilizan estas plataformas, pocas han desarrollado estrategias concretas en TikTok. Por ello, se propone una estrategia de contenido en cinco fases: planificación, *hook* (gancho), producción, difusión y análisis, con principios de marketing digital y herramientas como Exolyt para maximizar su efectividad.

Los resultados evidencian que una estrategia bien estructurada en TikTok genera interacción positiva con la comunidad universitaria. A través del contenido desarrollado se logró captar la atención de los estudiantes, promoviendo su participación y fortaleciendo la percepción institucional. Se identificó además que este tipo de contenido tiene mejor acogida entre ciertos grupos demográficos, lo cual permite una segmentación más efectiva en futuras campañas.

En conclusión, este artículo académico reafirma que TikTok ya no es solo una red de entretenimiento, sino una plataforma para la comunicación educativa y promocional. Su integración en la universidad como parte de una estrategia de marketing digital permite no solo aumentar el alcance institucional, sino también generar una conexión más auténtica, dinámica y significativa con los estudiantes.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, COMUNICACIÓN; REDES SOCIALES; MARKETING; UNIVERSIDAD

ABSTRACT

This academic article examines TikTok as a communication tool in the university context, considering the impact of social networks on students and their way of connecting, informing and expressing themselves. In a digital era marked by fast and visual consumption, where TikTok stands out for its interactive design and reach among university students.

This work was born from the need to generate relevant and attractive content on social networks. Although many universities already use these platforms, few have developed concrete strategies in TikTok. Therefore, a five-phase content strategy is proposed: planning, hook, production, dissemination and analysis, with digital marketing principles and tools such as Exolyt to maximize its effectiveness.

The results show that a well-structured strategy in TikTok generates positive interaction with the university community. Through the content developed, it was possible to capture the attention of students, promoting their participation and strengthening the institutional perception. It was also identified that this type of content is better received among certain demographic groups, which allows a more effective segmentation in future campaigns.

In conclusion, this academic article reaffirms that TikTok is no longer just an entertainment network, but a platform for educational and promotional communication. Its integration in the university as part of a digital marketing strategy allows not only to increase the institutional reach, but also to generate a more authentic, dynamic and meaningful connection with students.

KEY WORDS: ACADEMIC ARTICLE, COMMUNICATION, SOCIAL NETWORKS, MARKETING, UNIVERSITY

ENLACE DE PUBLICACIÓN DEL ARTÍCULO ACADÉMICO

https://dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/4607