



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 en Marketing y Gestión de Negocios

TEMA: “Factores de marketing digital que fortalecen a la cultura empresarial ubicada en la provincia de Tungurahua”

AUTORA: Tania Magaly Sánchez Lascano

TUTOR: Ing. Leonardo Gabriel Ballesteros López, MBA

AMBATO – ECUADOR

Diciembre 2020



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Leonardo Gabriel Ballesteros López, MBA

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Factores de marketing digital que fortalecen a la cultura empresarial ubicada en la provincia de Tungurahua**” presentado por la señorita **Tania Magaly Sánchez Lascano** para optar por el título de Ingeniera 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, 24 de diciembre del 2020

Ing. Leonardo Gabriel Ballesteros López, MBA

C.I. 1802453629

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Tania Magaly Sánchez Lascano**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera 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 'Sánchez Lascano Tania', with stylized loops and flourishes.

Tania Magaly Sánchez Lascano

C.I.1804571857

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.

Econ. Luis Fabricio Lascano Pérez, Mg.

C.C. 1803521945

Ing. Edwin Cesar Santamaría Díaz, Mg.

C.I. 1801609445

Ambato, 24 de diciembre del 2020

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 'Sánchez Lascano', with a stylized flourish underneath.

Tania Magaly Sánchez Lascano

C.I.1804571857

RESUMEN EJECUTIVO

Este artículo tiene como objetivo analizar los Factores de Marketing Digital que fortalecen la Cultura Empresarial ubicada en la Provincia de Tungurahua, para ello es importante que la cultura empresarial este enfocada en la implementación de medios digitales con el fin de incrementar la participación en este mercado actual.

Es por esta razón que el presente trabajo de investigación se enfocó en las diversas aplicaciones de las nuevas tendencias tecnológicas permitirán innovar la forma tradicional de hacer publicidad como el afán de ejecutar marketing digital como una herramienta imprescindible.

Los datos arrojados por la investigación de campo aplicada a los empresarios con el fin de identificar la importancia de realizar sus ventas en línea, así como su grado de interacción positiva con sus futuros clientes se determinó técnicas de mercadeo en medios digitales con el fin de optimizar al máximo recursos de la organización y la forma que captamos al target ya sea por medio de las redes sociales, blogs y sitios webs.

Así la propuesta resultante de la investigación fomentar a las organizaciones inviertan en marketing digital, es fundamental que obtenga un perfil activo en los canales más utilizados por la audiencia para la viralización de contenidos de calidad producidos, expresa una comunicación más directa y humanizada entre la empresa y el cliente fidelizado, no convendría dejar al cliente esperando una respuesta durante mucho tiempo se debe corregir eficiente.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, CULTURA EMPRESARIAL, MARKETING DIGITAL, REDES SOCIALES

ABSTRACT

This article aims to analyze the Digital Marketing Factors that strengthen the Business Culture located in the Province of Tungurahua, for this it is important that the business culture is focused on the implementation of digital media in order to increase participation in this current market.

It is for this reason that the present research work focused on the various applications of the new technological trends will allow to innovate the traditional way of advertising as the eagerness to execute digital marketing as an indispensable tool.

The data provided by field research applied to entrepreneurs in order to identify the importance of carrying out their online sales, as well as its degree of positive interaction with its future customers was determined marketing techniques in digital media in order to optimize the maximum resources of the organization and the way we capture the target either through social networks, blogs and websites.

The proposal resulting from the research to encourage organizations to invest in digital marketing, it is essential that they obtain an active profile in the channels most used by the audience for the viralization of quality content produced, expresses a more direct and humanized communication between the company and the loyal customer, it would not be advisable to leave the customer waiting for a response for a long time should be corrected efficiently.

KEY WORDS: ACADEMIC ARTICLE, BUSINESS CULTURE, DIGITAL MARKETING, SOCIAL MEDIA

LINK DEL ARTÍCULO ACADÉMICO PUBLICADO

https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/312