



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

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

TEMA: “El marketing relacional y el perfil de la mujer policía como imagen institucional del servicio policial en el Ecuador”

AUTORAS:

María Elizabeth Gamboa Viera

Jenny Carolina Espinoza Calle

TUTOR: Ing. Edwin Javier Santamaría Freire, MBA.

AMBATO – ECUADOR

Enero 2022



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Edwin Javier Santamaría Freire, MBA.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**El marketing relacional y el perfil de la mujer policía como imagen institucional del servicio policial en el Ecuador**” presentado por las señoritas **María Elizabeth Gamboa Viera y Jenny Carolina Espinoza Calle** para optar por el título de Ingenieras 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, 6 de enero del 2022

Ing. Edwin Javier Santamaría Freire, MBA.

C.I. 1802931426

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros, **María Elizabeth Gamboa Viera y Jenny Carolina Espinoza Calle**, declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingenieras en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



María Elizabeth Gamboa Viera

C.I.1803987864



Jenny Carolina Espinoza Calle

C.I.0604008771

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. Juan Gabriel Saltos Cruz, PhD.

C.I. 180257098-4

Ing. Juan Enrique Ramos Guevara, Mg.

C.I. 1803084209

Ambato, 6 de enero 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 autor.



María Elizabeth Gamboa Viera

C.I.1803987864



Jenny Carolina Espinoza Calle

C.I.0604008771

RESUMEN EJECUTIVO

La policía comunitaria es una filosofía que promueve estrategias organizativas que apoyan el uso sistemático de asociaciones y técnicas de resolución de problemas. Aborda de manera proactiva las condiciones inmediatas que dan lugar a problemas de seguridad pública como el crimen, el desorden social y el miedo al crimen. Básicamente, se trata de establecer relaciones en la comunidad, con residentes, dueños de negocios, ligas comunitarias, y colaborar con esos socios para reducir y prevenir el crimen de manera proactiva.

Este trabajo busca a partir de un conjunto de relatos dados por mujeres policías, determinar cómo construyen su identidad e imagen de sí mismas en relación a su género, al hablar de sus roles como policías, y los roles más amplios de hombres y mujeres en la sociedad. Pues, a pesar de la lucha de las mujeres policías por la igualdad en la actividad policial, las mujeres no solo se diferenciaron de sus homólogos masculinos, sino que también describieron “hacer género” y “hacer trabajo policial” en colaboración.

En este estudio se tuvo dos resultados en relación al marketing relacional y el perfil de la mujer policía como imagen institucional del servicio policial en el Ecuador, uno es el punto de vista de la comunidad en general y el otro de la mujer policía como una autocrítica, con conocimiento pleno de su rol en esta institución policial.

El auto crítico realizado por la mujer policía, explica que existe mucho por trabajar, pero que ahora que dos mujeres están a cargo de la seguridad del país a través del Ministerio de Gobierno y de la Comandancia de Policía, hay mayor confianza en las personas que ven un desempeño alto y excelente realizado hasta el momento. Por lo tanto, aprovechando de este momento, de la belleza y fortaleza de la mujer dentro de esta noble institución, se puede explotar y mejorar los aspectos negativos que rodean a la marca con la institución policial como tal

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, MARKETING, MARKETING RELACIONAL, MUJER POLICÍA, IMAGEN INSTITUCIONAL

ABSTRACT

Community policing is a philosophy that promotes organizational strategies that support the systematic use of partnerships and problem-solving techniques. Proactively address immediate conditions that give rise to public safety issues such as crime, social disorder, and fear of crime. Basically, it's about building relationships in the community, with residents, business owners, community leagues, and collaborating with those partners to proactively reduce and prevent crime.

This work seeks, from a set of stories given by policewomen, to determine how they construct their identity and image of themselves in relation to their gender, by talking about their roles as policemen, and the broader roles of men and women in the police force society. For, despite policewomen's fight for equality in policing, women not only differed from their male counterparts, but also described “doing gender” and “doing police work” in collaboration.

In this study, there were two results in relation to relationship marketing and the profile of the police woman as an institutional image of the police service in Ecuador, one is the point of view of the community in general and the other of the police woman as a self-criticism , with full knowledge of their role in this police institution.

The critical car made by the policewoman explains that there is a lot to work on, but that now that two women are in charge of the country's security through the Ministry of Government and the Police Command, there is greater confidence in the people who they see a high and excellent performance done so far. Therefore, taking advantage of this moment, of the beauty and strength of women within this noble institution, it is possible to exploit and improve the negative aspects that surround the brand with the police institution as such

KEY WORDS: ACADEMIC ARTICLE, MARKETING, RELATIONAL MARKETING, POLICE WOMAN, INSTITUTIONAL IMAGE

LINK DEL ARTÍCULO ACADÉMICO PUBLICADO

<https://www.uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/view/525>