



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: “Customer engagement: innovación en las funciones estratégicas de posicionamiento en el Community Manager en empresas de servicios”

AUTORES:

Cristian David Cando Punina
Cristina Piedad Pantoja Chicaiza

TUTOR: Ing. José Bernardo Herrera Herrera, MBA.

AMBATO - ECUADOR

Julio 2022



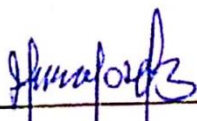
APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. José Bernardo Herrera Herrera, MBA.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Customer engagement: innovación en las funciones estratégicas de posicionamiento en el Community Manager en empresas de servicios**” presentado por el señor **Cristian David Cando Punina** y la señorita **Cristina Piedad Pantoja Chicaiza** 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, 12 de julio del 2022



Ing. José Bernardo Herrera Herrera, MBA.

C.I. 110248114-8

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros, **Cristian David Cando Punina** y **Cristina Piedad Pantoja Chicaiza**, 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.



Cristian David Cando Punina

C.I. 020240017-2

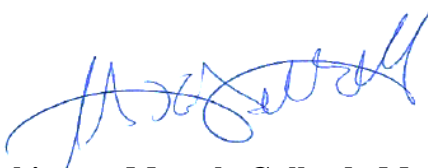


Cristina Piedad Pantoja Chicaiza

C.I. 180490037-9

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. Washington Marcelo Gallardo Medina, Mg.

C.I. 180341501-5



Lic. Mario Fernando Sigüenza Espín, Mg.

C.I. 1801670975

Ambato, 12 de julio 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.



Cristian David Cando Punina

C.I. 020240017-2



Cristina Piedad Pantoja Chicaiza

C.I. 180490037-9

RESUMEN EJECUTIVO

Los Community Managers son una pieza fundamental para gestionar las actividades digitales desarrolladas por las empresas de servicios, su objetivo es alcanzar un mayor impacto en los internautas, además busca identificar el nivel de satisfacción con las actividades desarrolladas en medios digitales.

Según el Instituto nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2021), afirma que existen 5619 empresas proveedoras de servicios en la provincia de Tungurahua, por tanto, la muestra utilizada es de 360 empresas, se aplicó la investigación transversal descriptiva para poder obtener los resultados que faciliten el análisis e interpretación, se utilizó el método de investigación cuantitativa para realizar el cálculo de la muestra, se realizó un estudio retrospectivo, para conocer la evolución del funcionamiento de las empresas de servicios.

Se puede concluir que las empresas de servicios se encuentran satisfechas con los servicios de post venta, esto gracias a las políticas suministradas para emitir mensajes que garantizan la satisfacción al utilizar sus servicios.

Entre los resultados más importantes se da que, el 52% de las empresas se encuentran muy satisfechos con el desempeño del Community Manager en redes sociales, el 39% se encuentra muy satisfecho con el contenido multimedia empleado por la institución.

PALABRAS CLAVE: ARTÍCULO ACADÉMICO, SATISFACCIÓN, INVESTIGACIÓN, EMPRESA, POLÍTICAS, REDES

ABSTRACT

Community Managers are a fundamental piece to manage the digital activities developed by service companies, their objective is to achieve a greater impact on Internet users, and also seeks to identify the level of satisfaction with the activities developed in digital media.

According to the National Institute of Statistics and Census (INEC, 2021), states that there are 5,619 service provider companies in the province of Tungurahua, therefore, the sample used is 360 companies, descriptive cross-sectional research was applied to obtain the results that facilitate the analysis and interpretation, the quantitative research method was used to calculate the sample, a retrospective study was carried out, to know the evolution of the operation of the service companies.

It can be concluded that service companies are satisfied with post-sale services, thanks to the policies provided to issue messages that guarantee satisfaction when using their services.

Among the most important results is that 52% of the companies are very satisfied with the performance of the Community Manager in social networks, 39% are very satisfied with the multimedia content used by the institution.

KEYWORDS: ACADEMIC ARTICLE, SATISFACTION, RESEARCH, BUSINESS, POLICIES, NETWORKS

LINK DEL ARTICULO PUBLICADO

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i3.2419