

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

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

TEMA: “Seguimiento en canales sociales para medir temas de difusión: Caso Asambleaístas zona 3 Ecuador”

AUTORA: María Fernanda Iza Cabay

TUTORES:

Ing. Mg. Ricardo Patricio Medina Chicaiza

Ing. Mg. Carlos Javier Beltrán Ávalos

AMBATO – ECUADOR

Octubre 2018



APROBACIÓN DE LOS TUTORES

Ing. Mg. Ricardo Patricio Medina Chicaiza

Ing. Mg. Carlos Javier Beltrán Ávalos

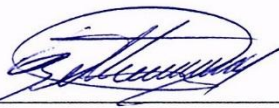
CERTIFICA:

En nuestra calidad de Tutores del trabajo de titulación “**Seguimiento en canales sociales para medir temas de difusión: Caso Asambleístas zona 3 Ecuador**” presentado por el señorita **María Fernanda Iza Cabay** para optar por el título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICAMOS**, que dicho trabajo 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, 17 de octubre del 2018



Ing. Mg. Ricardo Patricio Medina Chicaiza
C.I. 1802333276



Ing. Mg. Carlos Javier Beltrán Ávalos
C.I. 1803538048

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **María Fernanda Iza Cabay**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente ensayo o 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, reading "María Fernanda Iza Cabay". The signature is stylized and includes a small asterisk above the letter 'a' in "Fernanda".

María Fernanda Iza Cabay

C.I.0503870867

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 ensayo o artículo académico con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este trabajo 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 black ink, reading "María Fernanda Iza Cabay". The signature is written in a cursive style with a small star symbol above the letter 'i' in "Iza".

María Fernanda Iza Cabay

C.I.0503870867

RESUMEN EJECUTIVO

La Asamblea Nacional es un organismo legislativo en el Ecuador integrada 137 asambleístas electos a nivel nacional repartida en 12 comisiones permanentes, los legisladores deben difundir el trabajo de su legislación administrativa y fiscalización, sobre actividades realizadas dentro las comisiones designadas a sus mandantes en medios impresos, televisivos, radiales y medios digitales.

Es por esta razón la problemática que se identifica por observación directa, es la ausencia del monitoreo y seguimiento a la actividad o ruido en las redes sociales, así como el desconocimiento de herramientas digitales en la obtención de indicadores, lo que conlleva a una baja reputación *online* de los asambleístas.

Se definen los objetivos del monitoreo de las cuentas de los asambleístas, para establecer su reputación en canales sociales, se instauran métricas para cada objetivo previamente planteado interacción, popularidad, percepción. Además, se realizó una lectura en artículos académicos para conocer las ventajas y desventajas de cada herramienta. Elección de las herramientas de monitoreo cuantitativo: *Fanpage Karma*, *Keyhole*, *Followerwonk* y *Metricspot* y una herramienta de análisis cualitativo *Nvivo*.

El aporte de esta investigación se centra en su propuesta, al ser un procedimiento metodológico que consta de las siguientes etapas: definición de objetivos y métricas, definición del periodo de monitoreo, selección de las herramientas tecnológicas, análisis y presentación de resultados, y sugerencias de mejora. Con el fin de realizar un seguimiento en canales sociales para medir las temáticas que más interacción poseen, caso Asambleístas Zona 3 Ecuador.

PALABRAS CLAVE: ARTÍCULO ACADÉMICO, MARKETING POLÍTICO, MEDIOS SOCIALES, REPUTACIÓN ONLINE, PROPUESTA METODOLÓGICA, ASAMBLEÍSTAS

ABSTRACT

The National Assembly is a legislative body in Ecuador integrated 137 assembly members elected at national level divided into 12 permanent committees, legislators should disseminate the work of its administrative legislation and oversight, on activities carried out within the commissions appointed to their constituents in print media, television, radio and digital media.

It is for this reason the problem that is identified by direct observation, is the absence of monitoring and monitoring activity or noise in social networks, as well as the lack of digital tools in obtaining indicators, which leads to a low reputation online of the assembly members.

The objectives of the monitoring of the accounts of the assembly members are defined, in order to establish their reputation in social channels, metrics are established for each objective previously proposed interaction, popularity, perception. In addition, a reading was done in academic articles to know the advantages and disadvantages of each tool. Choice of quantitative monitoring tools: *Fanpage Karma*, *Keyhole*, *Followerwonk* and *Metricspot* and a qualitative analysis tool *Nvivo*.

The contribution of this research focuses on its proposal, as it is a methodological procedure that consists of the following stages: definition of objectives and metrics, definition of the monitoring period, selection of technological tools, analysis and presentation of results, and suggestions for improvement. In order to track social channels to measure the topics that most interact, case Assembly Zone 3 Ecuador.

KEYWORDS: ACADEMIC ARTICLE, POLITICAL MARKETING, SOCIAL MEDIA, ONLINE REPUTATION, METHODOLOGICAL PROPOSAL, ASSEMBLY MEMBERS